



“COMPETITIVIDAD Y SUSTENTABILIDAD EMPRESARIAL”



COMPILADORES

Irma Cristina Espitia Moreno
Miguel López Miranda
Jaime Apolinar Martínez Arroyo
Marco Alberto Valenzo Jiménez

“COMPETITIVIDAD Y
SUSTENTABILIDAD EMPRESARIAL”

COMPILADORES

Irma Cristina Espitia Moreno
Miguel López Miranda
Jaime Apolinar Martínez Arroyo
Marco Alberto Valenzo Jiménez

E-BOOK

Competitividad y Sustentabilidad Empresarial

Compiladores:

Irma Cristina Espitia Moreno
Miguel López Miranda
Jaime Apolinar Martínez Arroyo
Marco Alberto Valenzo Jiménez

Primera Edición:

Agosto del 2012
Morelia, Michoacán, México

Derechos reservados conforme a la Ley
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta edición.

El contenido y tratamiento de los trabajos que componen este libro electrónico es responsabilidad de cada uno de los autores y no refleja necesariamente el punto de vista de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo ni de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas.

Diseño de Portada: Alicia Contreras Lugo

ISBN: 978-607-421-315-4

Impreso y hecho en México
Printed and made in Mexico



Dr. Salvador Jara Guerrero
Rector

Dr. Egberto Bedolla Becerril
Secretario General

Dr. José Gerardo Tinoco Ruíz
Secretario Académico

M. en D. Carlos Salvador Rodríguez Camarena
Secretario Administrativo

Dra. Rosa María de la Torre Torres
Secretaria Auxiliar

C.P. Horacio Guillermo Díaz Mora
Tesorero

Mtro. Teodoro Barajas Rodríguez
Secretaria de Difusión Cultural

Dr. Luis Manuel Villaseñor Cendejas
Coordinador de la Investigación Científica

Dr. Medardo Serna González
Coordinador General de los Estudios de Posgrado



C.P.C. Miguel López Miranda
Director

Dra. Virginia Hernández Silva
Subdirectora

M.A. Javier Alcántar Hernández
Secretario Académico

C.P. J. Trinidad Ferreyra Almanza
Secretario Administrativo

Dra. Irma Cristina Espitia Moreno
Jefe de la División de Estudios de Posgrado

M.G.D. Yarabi Avila Gonzalez
Coordinación de Acreditación y Mejora Continua

PRESENTACIÓN

Introducir a los posibles lectores de esta obra, despertar el interés en su contenido, es una responsabilidad importante para cualquier persona; el honroso encargo que el Consejo Universitario me confirió me permite procurar cumplir, dicha responsabilidad.

El objetivo inicial es difundir las investigaciones y las teorías que en las áreas contables y administrativas, pueden determinar la competitividad y la sustentabilidad en las entidades, en un mundo globalizado y una sociedad que reclama a los investigadores soluciones a sus problemas.

La compilación presenta 121 trabajos de investigaciones teóricas y empíricas, en las cuales participaron 214 autores, estudiantes de posgrado, profesores e investigadores de instituciones de educación superior nacionales e internacionales, con una diversidad de conocimientos disciplinarios.

Es interesante considerar que la sustentabilidad para una sociedad, significa la existencia de condiciones económicas, ecológicas, sociales y políticas, que permitan su funcionamiento en forma armónica en el tiempo y en el espacio. En el tiempo, la armonía debe darse entre esta generación y las venideras; en el espacio, la armonía debe darse entre los diferentes sectores sociales, entre mujeres y hombres y entre la población con su ambiente.

El proceso de sustentabilidad en una sociedad se encamina a diversos objetivos, en lo económico generar riqueza en forma y cantidades adecuadas, redistribuir la misma, hacer un uso eficiente de los recursos, desafiar la globalización de la economía y promover su planetización.

Una definición tradicional de la competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros

oferentes del mercado. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país.

Sin embargo los tiempos han modificado dicho enfoque y así, según Pineiro, la competitividad es un concepto que no tiene límites precisos y se define en relación con otros conceptos. La definición operativa de competitividad depende del punto de referencia del análisis -nación, sector, firma-, del tipo de producto analizado -bienes básicos, productos diferenciados, cadenas productivas, etapas de producción- y del objetivo de la indagación - corto o largo plazo, explotación de mercados, reconversión, generación de riqueza, mantener ó ecosistema.

Lo anterior muestra que los temas de sustentabilidad y la competitividad no están reñidos y que los temas de investigación para desarrollar, conjuntamente o por separado a ambos, son amplios.

En el propio libro se muestra justamente esa diversidad de temas y propuestas a una problemática actual, y es interés y responsabilidad de la Universidad Michoacana contribuir en la solución de problemas actuales.

C.P.C. Miguel López Miranda
Director

INDICE

CAPÍTULO 1

DESARROLLO DE SISTEMAS ADMINISTRATIVOS Y CONTABLES

Auditoría de Desempeño

Angélica Guadalupe Zamudio de la Cruz,
María del Carmen Ponce de León y Ponce de León..... 18

La Auditoría Administrativa: Un Enfoque Científico

Francisco José Villazán Olivarez, Pedro Campos Delgado, Natalia Villazán Morales..... 37

La Nueva Contabilidad Gubernamental en México

María Catalina Patricia Díaz Vega 42

Los Sistemas de Costos una Herramienta de Información

para las Pequeñas y Medianas Empresas Manufactureras
María Concepción Rodríguez Mercado, Esperanza Coteria Regalado, Miguel Zavala López..... 54

La Flexibilidad de los Métodos de Costos Conjuntos, una Alternativa Viable para las Entidades, para la Determinación de sus Resultados.

José Ramón Serrano Heredia, Teresita Salgado Mejía, Xóchitl Quiroz Rodríguez. 65

Implementación del Sistema de Costos ABC en el Sector Hotelero

Hernández Silva Virginia, Alfaro Calderón Gerardo 73

Jerarquización de Variables para Empresas Manufactureras Exportadoras

Flores Romero Beatriz, Merlos García Jesús. 82

The Execution Of Mergers And Acquisitions As A Strategy For Mexican Companies Within The Growth Achievement In Major World Rankings

José G. Vargas-Hernández, Mohammad Reza Noruzi 93

La Calidad del Servicio como Factor Fundamental del Incremento en la Recaudación Fiscal

Angélica Guadalupe Zamudio de la Cruz, María Eugenia Romero Olvera..... 104

CAPÍTULO 2

EDUCACIÓN EN CONTADURÍA Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Educación, Investigación y Desarrollo

Horacio Mercado Vargas..... 117

Políticas Públicas y Calidad de la Educación Superior Pública en México

Miguel Ángel Medina Romero, Jessica Hernández Morales 125

Innovación Educativa en Escenarios Virtuales de Enseñanza – Aprendizaje, Mediante un Modelo Pedagógico de Formación Docente de la Universidad Autónoma del Estado de México

Araceli Romero Romero, Gabriela Gaviño Ortiz, Ma. de Lourdes Hernández Prieto 134

Uso de un Simulador de Negocios como Herramienta de Aprendizaje para Desarrollar Estrategias Competitivas y la Capacidad de Toma de Decisiones a Estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración de la U.A.E.M. Susana Ruíz Valdés, Juan Alberto Ruíz Tapia, Noelly Sarracino Jiménez.....	148
Evaluar la Calidad de la Educación a través de las Expectativas Estudiantiles el Caso de los Estudiantes de Ciencias Empresariales de la Universidad del Papaloapan, Oaxaca Javier Damián Simón, Guadalupe Estela Peralta Santiago	161
Metodología para Recopilar Información a partir de Grupos de Enfoque: Un Caso Aplicado a Competencias Curriculares María López Larrea, Paulina Isabel Carrillo López	174
Seguimiento de Egresados de la Licenciatura en Contaduría del Centro Universitario UAEM Amecameca María Concepción Rodríguez Mercado, Esperanza Coteria Regalado Anabelem Soberanes Martín.	188
Técnicas e Instrumentos de Recolección y Tratamiento de Datos Cuantitativos: su Validez y Confiabilidad Francisco José Villazán Olivarez, Pedro Campos Delgado, Natalia Villazán Morales.....	197
La Rentabilidad de la Inversión en Educación en Tiempos de Crisis Fernando Avila Carreón, Dora Aguilasocho Montoya, Fátima Karina Medina González.	210
La Actualización del Conocimiento Incrementa los Ingresos Fernando Avila Carreón, Evaristo Galeana Figueroa.....	222
Metodología para Definir el Perfil de Egreso con Base a Competencias: Una Propuesta para la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la UMSNH María López Larrea, María Ofelia Mendoza Galván	233
Áreas de Oportunidad de la Enseñanza Virtual en la U.M.S.N.H, al Conocer la Oferta Educativa en Michoacán Arturo Pantoja Ayala, Mauricio A. Chagolla Farías, Andrea Araceli Farías Olvera	243
Realidad Virtual, Lenguaje para la Educación Alejandro Guzmán Mora	255
Competitividad en el Supply Chain Management: Propuesta de Evaluación al Contratar el Servicio de Tercerización de la Logística (3PL) en el Transporte Internacional Marco Alberto Valenzo Jiménez, Evaristo Galeana Figueroa, Dora Aguilasocho Montoya.....	262
La Evaluación por Proyectos en los Cursos de la Licenciatura en Contaduría de la Universidad Autónoma del Carmen Nancy Verónica Sánchez Sulú, Alicia Sánchez de la Cruz, Manuel Francisco Arjona García	278
La Enseñanza del Idioma Inglés en las Universidades Públicas: Propuesta de un Enfoque Interdisciplinario Leticia Rubicela Rodríguez Ruiz.....	284
La Investigación en Ciencias Económicas Administrativas: Estudios Interdisciplinarios y Método Delphi Dos Herramientas para Desarrollar Competencias en la Educación Universitaria Gabriela Ruiz de la Torre, Juan Carlos Gómez Revuelta	294

Propuesta Metodológica para la Elaboración de un Plan de Negocios Virginia Hernández Silva, José Elías Silva Trigueros	304
Ventajas y Perspectivas del Modelo Educativo por Competencias para la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la UMSNH María Eugenia Romero Olvera, Ma. Yolanda Hernández Bucio, Angélica Ana Porras Navarro	318
Innovación de Técnicas Didácticas para Aprendizaje en Administración y Contaduría en la FCCA-UMSNH María Ofelia Mendoza Galván, María López Larrea	326
Evaluación y Reflexión de la Práctica Docente Ma. Hilda Rodales Trujillo, Mario Chávez Zamora, Ana Nélida Rodales Trujillo	335
La Planeación como Estrategia en la Eficiencia de los Procesos de Evaluación Docente Mario Chávez Zamora, Ma. Hilda Rodales Trujillo, Ana Nélida Rodales Trujillo	344
El Perfil Humanista del Licenciado en Administración de Empresas, en Respuesta a la Realidad Cambiante. El Caso de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas de la Universidad Autónoma del Carmen (Unacar) Cecilia Margarita Calvo Contreras, Ernestina Yazmín Pérez Rodríguez Antonia Margarita Carrillo Marín.....	356
La Certificación de la Competencia Laboral: Una Revisión del Concepto y Líneas de Investigación Cuauhtémoc Guerrero Dávalos, María Luisa Jiménez López.....	367
El Papel del Pensamiento Complejo en las Organizaciones Educativas de Nivel Superior: El Saber Hacer Minerva Carolina Almaral Mendivil	382

CAPÍTULO 3

FINANZAS

Aplicación de la Administración Financiera en las Empresas Comerciales de Colima Juan Flores Preciado, Rogelio Félix Flores, Refugio Humberto Tene.....	393
Modelo para Evaluar el Riesgo Industria de los Intermediarios Financieros del Sector Rural en México Marco Antonio Cabello Villarreal, Javier Chávez Ferreiro, Javier Chávez Zepeda	406
Modelado para los Mercados Financieros Fernando Avila Carreón, Joel Arturo Rodríguez Ceballos	426
Estrategias para la Selección Óptima de Carteras de Inversión Beatriz Flores Romero, Federico González Santoyo, Mauricio A. Chagolla Farías.....	434
Análisis de la Teoría del Mercado Eficiente desde la Perspectiva de los Enfoques Clásicos del Análisis y Gestión de Valores Bursátiles, Hasta la Teoría de la Caminata Aleatoria Jorge Víctor Alcaraz Vera, José Rafael Aguilera	443

Estudio del Desempeño de la Banca Social y la Oportunidad de Negocio como Operadora de Microrcréditos en Zonas Rurales que Impulsen el Desarrollo Social del Estado Norma Laura Godínez Reyes, Angélica Guadalupe Zamudio de la Cruz	456
Trascendencia de la Volatilidad en la Valuación de Opciones Call, Usando la Ecuación Diferencial Estocástica de Black & Scholes Margarita Flores Zepeda, Nora Cureño Peza.....	469
El Aspecto Bursatil en el Sistema Financiero Mexicano y Sustentabilidad Empresarial Hugo Alejandro Mier Schmidt.....	483
Proyecto Productivo Puesta en Marcha y Operación de una Planeación de una Planata de Reciclaje de Plástico Pet en el Municipio de Morelia, Michoacán Hugo Alejandro Mier Schmidt.....	492
Panorama del Sistema Financiero Mexicano: el Crédito al Consumo como un Factor Detonante de la Actividad Económica Edgar Martínez Altamirano, Rodrigo Gómez Monge, Manuel Romo del Vivar Mercadillo	501
Fuentes de Financiamiento en las Pymes Mauricio Aurelio Chagolla Farías, Federico González Santoyo, Jaqueline Hernández Rodríguez	514
La Decisión de Invertir en la Microempresa Michoacana Gerardo G. Alfaro Calderón, Víctor G. Alfaro García.....	529
Metodología para la Comprensión de los Certificados de la Tesorería de la Federación José Rafael Aguilera Aguilera, Jorge Víctor Alcaraz Vera	544
El Costo de Capital Promedio Ponderado como Indicador de una Ventaja Competitiva Financiera José Rafael Aguilera Aguilera, Dinorah Joyce Chávez Nieto.....	558
Regulaciones para el Crédito Hipotecario en México José Serrano Heredia, Gabriela A. Serrano Heredia	572
Crédito para la Vivienda en México: Algunas Aportaciones José Serrano Heredia, María Berta Quintana León	585
La Competitividad de la Política Fiscal en la Economía Internacional a través del Análisis Factorial de Correspondencias José César Lenin Navarro Chávez, América Ivonne Zamora Torre	594
Evasión Tributaria y su Impacto en la Competitividad Empresarial del Sector Petrolero Alicia Sánchez de la Cruz, Nancy Verónica Sánchez Sulú, Manuel Francisco Arjona García	607
El Juicio Fiscal en Línea Francisco Sánchez Chanona, Jonathan Pastor Gómez.....	614
Inconsistencias en las Disposiciones Fiscales para el Acreditamiento del Impuesto al Valor Agregado, con el Impuesto Causado en los Actos o Actividades Gravados, Realizados por las Universidades Públicas Miguel López Miranda.....	623
Facultades de Comprobación Fiscal María Berta Quintana León, Sofía Mitre Camacho, José Serrano Heredia	634

CAPÍTULO 4

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

Desarrollo de un Sistema de Control de Información en Apoyo a los Procesos de Evaluación Externa en la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán Margarita Flores Zepeda, Juan M. Camacho G, María Elena Bello E.....	649
Las Redes Sociales en las Organizaciones Salvador Madrigal Moreno, José de Jesús Martínez Rodríguez	664
Sme: Software de Aplicación Multimedia Yolanda Villafuerte Cárdenas, Gustavo A. Gutiérrez Carreón, Rosalba Cervantes Meza	672
Opinión Acerca de la Pertinencia Social del Programa Académico de la Licenciatura en Informática Administrativa de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo Ma. Hilda Rodales Trujillo, M.A. Gerardo. Manuel Castañeda López.....	682
Propuesta de Implementación de un Entorno de E-Learning en una Institución Educativa de Nivel Medio-Superior Jesús García Rivera, Bruno Ramos Ortiz	694
Resultados Preliminares del Estudio del Comercio Electrónico en Tlaxcala Nirvana Santamariapedraza, Ma.Elizabeth Montiel Huerta, Crisanto Tenopala Hernández.....	706
Las Tecnologías de la Información y la Investigación Jurídica en México Gabriel García Medina, Ma. Yolanda Hernández Bucio, Miguel Ángel Medina Romero.....	719
Consulta de Calificaciones a través de una Aplicación Móvil en la Universidad Autónoma de Nayarit Juan Marcos Rivera Barajas, Marco Vinicio Aguayo Mora, Jorge Hammurabi López Murillo	727
Innovación en la Educación Superior en la Modalidad a Distancia Apoyado en el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación Ma. de Lourdes Hernández Prieto, Felisa Yaerim López Botello, Leticia Carolina Cortés López.....	732
Tecnología Verde: Una Propuesta para un Mundo Sustentable Rosalba Cervantes Meza, Bruno Ramos Ortiz	745
Hardware Libre y Software Libre: Adquisición de Datos de un Laboratorio de Instrumentación Óptica Mary Carmen Peña Gomar, Cuauhtémoc Rivera Loaiza, Gustavo A. Gutiérrez Carreón.	756
Las Redes Sociales Digitales en la Educación y la Empresa Rigoberto López Escalera	764

CAPÍTULO 5

TEORIAS ADMINISTRATIVAS Y ORGANIZACIONALES

Uso de la Mercadotecnia y de Algunos Recursos de Comunicación en las Pymes de Ciudad del Carmen, Campeche Hugo García Álvarez, Martha Estela Córdoba Zacarías, Alma Elena Gutiérrez Leyton	775
Identificación de Estrategias de Mercadotecnia en la Microempresa Oaxaqueña Carmen Eloísa Cruz Robles, Ana Luz Ramos Soto, Abraham Espejo Martínez	784
La Fidelización en el Sector Hotelero en Morelia como Propuesta de Mejora de la Competitividad Karina Sandoval Alcaraz, Javier Chávez Ferreiro, Javier Chávez Zepeda.....	796
Mejora en la Competitividad de la Empresa: Aplicando una Nueva Teoría de Necesidades, a través de un Modelo Basado en Procesos Neuroquímicos para una Segmentación más Eficaz Jaime Bravo Déctor	814
Beneficios de la Implementación de un Plan de Mercadotecnia en una Asociación Civil. Caso: Canirac Tijuana, Baja California Martha Ofelia Lobo Rodríguez, Onésimo Cuamea Velázquez.....	821
La Mercadotecnia como Herramienta Estratégica para la Captación y Retención de Alumnos en las Instituciones Educativas Fronterizas del Nivel Medio y Medio Superior en el Sector Privado Gilberto Farias Camarero, Martha O. Lobo Rodríguez	836
Estudio de Mercado para la Toma de Decisiones en el Establecimiento de una Escuela Primaria Particular Flor de María Mendoza Austria, Margarita González Cano, L. Teresa Soberanes Rivas	849
Domótica: Integración de la Automatización en la Arquitectura Bioclimática Teresita Salgado Mejía, J. Ramón Serrano Heredia, Jahir Alvarado Salgado.....	859
La Capacitación del Personal, la Calidad en el Servicio y la Satisfacción del Cliente Miguel Ángel Medina Romero, Jessica Hernández Morales	869
Instrumentación de Procesos Básicos de Calidad y su Impacto en el Personal Operativo en Agencia Automotriz José Luis Benítez Salcedo, Oswaldo Del Castillo C.....	880
Las Pymes y las Competencias Laborales Esperanza Coterá Regalado, Luis Arturo Ocampo Carapia, Miguel Zavala López	891
Formación de Funcionarios Públicos Municipales Ma. del Refugio López Palomar, Sara Adriana García Cueva, Sandra Zavala Contreras	904
Importancia del Recurso Humano en las Mipymes Industriales en Culiacán, Sinaloa Mario Mitsuo Bueno Fernandez, Maria del Socorro Borboa Quintero, Dalia María Cuadras Borboa	915
Permanencia de Personal en Equipos de Trabajo sobre Proyectos Específicos Chávez Rivera Rubén, González Santoyo Federico, Hernández Ojeda Patricia.....	927

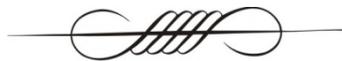
El Pensamiento Proactivo como Variable Estratégica para la Competitividad Yuritzi Lizeth Gámez Béjar, Jacqueline Toscano Galeana	936
La Relación entre Rendimiento Empresarial y Políticas de Recursos Humanos Basadas en Competencias en el Sector Textil y Financiero Español Cuauhtémoc Guerrero Dávalos, Gerardo Gabriel Villalón Calderón	945
Análisis del Régimen Obligatorio del la Ley del ISSSTE Gerardo Gabriel Villalón Calderón, Cuauhtémoc Guerrero Dávalos, Roxana Gabriela Villalón Valdez	966
Implicaciones de la Externalización en la Productividad y Rotación de los Recursos Humanos Maricruz Nájera Ríos, José Joaquín Maldonado Escalante, Rubí Asunción González Ascencio.....	980
La Calidad de Vida en el Trabajo del Recurso Humano Jaqueline Toscano Galeana, Yuritzi Lizet Gámez Béjar	993
Estudio sobre la Presencia de las Redes Sociales en Línea en el Sector Hotelero para el Estado de en Tlaxcala Yenni Vázquez Carrasco, Kathy Laura Vargas Matamoros, Alejandra Torres López	1000
Tula-Tepeji, Región que da Paso a la Creación de Nuevos Negocios, a través de Franquicias Tirso Javier Hernández Gracia, José Francisco Hernández Gracia, Germán Sánchez Monjaraz.....	1007
Competitividad de Empresas Socialmente Responsables: Reflexiones para las Pequeñas y Medianas Empresas Mexicanas Pablo Manuel Chauca Malásquez.	1020
El Estudio del Turismo desde los Estados Unidos de América, Canadá y Europa Hacia México: Un Enfoque de Sistema de Demanda casi Ideal Lineal Antonio Kido Cruz, Ma. Teresa Kido Cruz, Janeth Ortiz Ruiz.	1032
La Iniciativa de Reporte Global y la Responsabilidad Social Empresarial en México Abraham Espejo Martínez, Carmen Eloísa Cruz Robles.....	1044
Utilización del Diagnóstico Estratégico para el Diseño y la Creación de un Centro de Acopio de Leche Orgánica y Elaboración de Productos Lácteos en Coalcomán, Michoacán Crispín Gabriel Rico Mora	1057
Medición y Análisis de Competencias Emprendedoras de Jóvenes en Zonas Mayas para el Desarrollo Regional. Experiencias en la Zona Maya Denominada Camino Real de Campeche Raúl Alberto Santos Valencia, Francisco Gerardo Barroso Tanoira	1068
Intervención y Consultoría una Alternativa para el Cambio y Desarrollo Organizacional Sara Adriana García Cueva, Ma. Del Refugio López Palomar, Héctor Ochoa Zavala, Manuel Pando Moreno.....	1088

Competitividad Agrícola y Cambio Climático en Michoacán: Tendencias de los Mercados Internacionales y Huella de Carbono Carlos Francisco Ortiz Paniagua, Odette V. Delfín Ortega, Zoe T. Infante Jiménez.....	1100
Legislación para Preservar el Medio Ambiente Yolanda Hernandez Bucio, Angelica Guadalupe Zamudio de La Cruz	1130
La Licenciatura en Contaduría de la UNACAR, su Responsabilidad con el Medio Ambiente y el Desarrollo Sustentable José Joaquín Maldonado Escalante, Nancy Verónica Sánchez Sulú, Carmela Montiel Cabrera	1137
Análisis Preliminar Mediante Voz de Cliente y QFD para Productos de Bambú Arturo Zacapantzi Cordero, Alejandra Torres López, María E. Montiel Huerta	1148
Validación de Instrumentos de Recolección de Datos Julio César Méndez Ávila, Emeterio Franco Pérez, Osva Antonio Montesinos López.....	1164
Aplicación de Sistemas de Medición de Capacidad Institucional en Gobiernos Locales en México. Estudio de Caso: Culiacán, Hermosillo, Zacatecas (1998-2008) Carlos López Portillo Tostado, Rigoberto Soria Romo.....	1168
Investigación Científica y Objetividad Jaime Apolinar Martínez Arroyo, Marco Alberto Valenzo Jiménez, Irma Cristina Espitia Moreno	1185
Elementos Estratégicos que Intervienen en el Diseño de las Estrategias que Generen Ventaja Competitiva En Las Empresas Hoteleras Marco Antonio Ordaz Celedon, Elba Martina Cortes Palacios, Avelin Anali Martínez Piña	1199
El Proceso de Empobrecimiento y el Género Dora Aguila-socho Montoya, Ignasi Brunet Icart, Evaristo Galeana Figueroa	1214
Diagnóstico Turístico de la Comunidad de Santa Fé de la Laguna como parte de la Ruta de Don Vasco. Dora Aguila-socho Montoya, Mari Carmen Valentín Cardon, Irma Cristina Espitia Moreno.	1230
Desempeño de las Microempresas de Ciudad del Carmen, Campeche Ruby A. González Ascencio, Gloria Hernández Reyes, Luis Héctor Rodríguez Vega	1246
La Propiedad Intelectual (Pi) como un Recurso para la Generación de Valor en la Gestión del Capital Intelectual (Gci). Germán Narváez Vásquez.	1263
Lean Manufacturing: Una Filosofía para la Competitividad y Administración de Pymes en el Contexto Industrial del Estado de Tlaxcala Erika Gutiérrez Morales, Manuel Edmundo Cruz Sánchez, Enrique Herrera Fernández	1278
Emprendimiento en los Productores de Plátano Macho Frito de Papaloapan, Oaxaca. Resultados Preliminares de un Estudio Descriptivo Laura Azucena Huchín Flores, René Díaz Pichardo.....	1293
Calidad en el Servicio como Estrategia Competitiva Federico González Santoyo, Juan Carlos Huéramo Romero, Matilde Mejía Mondragón.....	1305
Conocimientos Generales de la Empresa y su Entorno Verónica Mayeli Herrejón López, Jesús Israel Reyes Aguilar, Salvador Guzmán Chavez.....	1318

Estrategias Competitivas de la Cadena de Valor de la Agroindustria en Michoacán Jaime Apolinar Martínez Arroyo, Irma Cristina Espitia Moreno, Evaristo Galeana Figueroa.	1328
La Gestión de los Recursos Humanos, Ventaja Competitiva para las Empresas en los Negocios Internacionales. Un Enfoque Teórico Ignasi Brunet Icart, Evaristo Galeana Figueroa Gerardo Manuel Castañeda López	1349
Puntos Críticos para el Éxito Empresarial Teresita Salgado Mejía, Rafael Armenta León, José Serrano Heredia	1363
Análisis de Opciones de Asociación para el Abastecimiento de Mercancías de las Microempresas Comercializadoras de Confites en el Municipio de Apizaco Tlaxcala Manuel Edmundo Cruz Sánchez, Enrique Herrera Fernández, Erika Gutiérrez Morales	1374
La Importancia de la Comunicación Interna en las Organizaciones Salvador Madrigal Moreno, Tzitzí Erandi Becerra Moreno	1386
Implementación de Agencias de Desarrollo Local en el Estado de Campeche, México, como Alternativa de Organización Territorial Myrna Delfina López Noriega, Lorena Zalthén Hernández, Leticia Liñán González.	1398
Diseño de un Modelo de Sistemas de Gestión Integral para Instituciones de Educación Superior en México Basados en la Gestión del Conocimiento, Facultad de Contaduría y Administración, UAEM Julio Álvarez Botello, Eva Martha Chaparro Salinas, Juan Alberto Ruíz Tapia.....	1409
Desarrollo de un Programa de Extensión Universitaria para Incrementar el Crecimiento del Capital Humano en las Organizaciones del Valle de Toluca Eva Martha Chaparro Salinas, Julio Álvarez Botello, Juan Alberto Ruíz Tapia.....	1418

CAPITULO 1

DESARROLLO DE SISTEMAS ADMINISTRATIVOS Y CONTABLES



AUDITORÍA DE DESEMPEÑO

Angélica Guadalupe Zamudio de la Cruz angyzamudio@hotmail.com

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

María del Carmen Ponce de León y Ponce de León marcapole_dorantes@hotmail.com

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

Resumen:

Derivado del impulso que se le ha dado a la medición del desempeño gubernamental, obligando con ello a los órganos de gobierno a mejorar la prestación de los servicios públicos, a hacer que la administración de los recursos públicos sea eficiente y eficaz y a rendir cuentas claras, este trabajo pretende ofrecer un análisis al proceso de aplicación de la auditoría de desempeño, en función de la experiencia y los procedimientos generales que se aplican a las instituciones públicas en México, haciendo énfasis en la necesidad de darle al proceso de fiscalización una mejor asistencia técnica y especializada para ofrecer mejores resultados en el ejercicio de la transparencia y rendición de cuentas, permitiéndonos esto desarrollar el Sistema de Indicadores de Medición al Desempeño Gubernamental.

Palabras clave: Desempeño igual a eficacia, eficiencia, economía y evaluación.

Abstract

Derived from the momentum that has been given to the measurement of government performance, forcing government bodies to improve the delivery of public services, to make the management of public resources is efficient, effective and clear accountability, this paper aims to provide an analysis of the implementation process of the performance audit, based on experience and general procedures that apply to public institutions in Mexico, emphasizing the need to give the process a better technical control and specialized to provide better results in the exercise of transparency and accountability, allowing it to develop the system of indicators to Government Performance Measurement.

Key words: Performance as effectiveness, efficiency, economy and evaluation

DESARROLLO DEL TRABAJO

INTRODUCCIÓN

En los últimos años se ha propiciado en América Latina y en México, un gran impulso a la medición del desempeño gubernamental. Los factores han sido movimientos de descentralización, apertura económica y desarrollo de la democracia, obligando a los órganos de gobierno a mejorar la prestación de los servicios públicos, a hacer que la administración de los recursos públicos sea eficiente y eficaz y a rendir cuentas claras.

El desarrollo institucional de un gobierno, de cualquier nivel, va en función de su capacidad de supervisar y evaluar continuamente su funcionamiento. La medición al desempeño motiva a realizar evaluaciones en las funciones financieras, operativas y legales de una entidad pública, cuyos

resultados se traducirán en ajustes que permitan alcanzar las metas y los objetivos trazados, y re direccionar las políticas públicas a favor de las demandas más solicitadas por la sociedad.

Por lo anterior se debe desarrollar el Sistema de Indicadores de Medición al Desempeño Gubernamental, como un instrumento técnico que permita evaluar, analizar y medir el desempeño del gobierno estatal y municipal, en el marco de la revisión y fiscalización de la cuenta pública para comparar los resultados alcanzados en diversos ejercicios gubernamentales y contar con elementos sólidos que coadyuven a mejorar la gestión pública.

La sociedad exige, cada vez más, cuentas claras de sus gobernantes; y demanda que en la gestión pública se actúe con legalidad, eficacia, eficiencia y economía. Por ende, la evaluación de la gestión a través de la medición al desempeño, y la forma en que se ejercen y usan los recursos públicos, es un tema de significativo interés en la ciudadanía.

La fiscalización no debe entenderse como un obstáculo para la gestión gubernamental, sino por el contrario, debe concebirse como un elemento que permite el buen funcionamiento de la administración pública, en sus diversos niveles, y por ende la satisfacción de las demandas de la sociedad.

Bajo ese orden de ideas, la facultad de fiscalización se ejerce mediante la implementación de un proceso de rendición de cuentas, que inicia con la recepción de un documento denominado cuenta pública, pasando por su revisión, emisión del pliego de observaciones, emisión de recomendaciones y en su caso, fincamiento de responsabilidades correspondientes.

El marco legal establece que la Cuenta Pública es el estado financiero y contable del Estado y los municipios, constituida por los estados contables, financieros, presupuestarios, económicos y programáticos.

El objeto de la Cuenta Pública es conocer la gestión financiera de los Poderes, Organismos Autónomos y de los Ayuntamientos, para verificar si los gastos han seguido los criterios indicados en los respectivos presupuestos de egresos, si se han cumplido los objetivos contenidos en los programas y si esos fondos se han manejado con eficacia y honradez.

En tal tesitura, la fiscalización del gasto comprende no sólo la adecuada comprobación del gasto que se realiza de parte de las instituciones públicas, sino que también abarca determinar y verificar si los recursos públicos fueron usados de forma adecuada, óptima y racional, entendiéndose como tal medir el grado de eficacia eficiencia y economía que se tuvo frente a las demandas de la ciudadanía. Lo anterior ha permitido que el propio marco legal disponga que dentro del proceso de rendición de cuentas sea menester la realización de la Auditoría al Desempeño de la Gestión Gubernamental.

En los años noventa se dio la introducción de técnicas de gestión orientados a resultados ayudando a muchos funcionarios del sector público a adoptar un enfoque más sistemático sobre todos en los aspectos de la gestión de proyectos y programas.

Los países en desarrollo ahora usan una variedad de técnicas prácticas para la gestión de resultados, lo que incluye la planificación estratégica basada en resultados, el uso de modelos lógicos o marcos de proyectos y la presupuestación basada en los mismos.

Para lograr cambios importantes en la Gestión Pública en la manera que operan las organizaciones, para mejorar el desempeño en cuanto a los resultados como la orientación central. Creando una estrategia de administración centrada en el producto final del manejo de los recursos públicos y en las mejoras sostenibles en los resultados del país, lo que ha proporcionado un marco coherente para la efectividad en el desarrollo, en la cual la información del resultado se usa para mejorar la toma de decisiones, incluyendo herramientas prácticas para elaborar el presupuesto basado en resultados así como el sistema de evaluación del desempeño.

La auditoría del desempeño es una revisión sistemática, interdisciplinaria, objetiva, propositiva, independiente y comparativa del impacto social de la gestión pública y de la congruencia entre lo propuesto y lo objetivo; que permite determinar si las dependencias y entidades cumplen, no sólo con la normatividad, programas y metas establecidos, sino también con las expectativas de la población que recibe sus bienes y servicios, y si los recursos utilizados para producirlos u otorgarlos son razonables.

Por lo anterior, requiere de un proceso de evaluación cuidadoso y sistemático de la eficiencia y eficacia en el cumplimiento de los objetivos para los cuales fueron creados las dependencias o los programas que estas administran. En este sentido, es muy importante que las personas responsables de realizarla cuenten con los conocimientos y habilidades necesarias para llevar a cabo una tarea tan trascendental en la vida de nuestro país, y se abordan aspectos básicos del marco normativo y conceptual que da lugar al paradigma de evaluación del desempeño bajo el cual se lleva a cabo actualmente todo el ejercicio del gasto público, con el fin de que se conozcan los principales conceptos y métodos para las Auditorías de Desempeño, así como las técnicas y procedimientos para poderlas aplicar .

MARCO LEGAL

Las auditorías de desempeño se fundamentan en el artículo 79 fracción I de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como en el artículo 134 en el que se establece que: “Los recursos económicos de que dispongan el Gobierno Federal..., así como sus respectivas administraciones públicas paraestatales, se administrarán con eficiencia, eficacia y honradez para satisfacer los objetivos a los que estén destinados”.

Con ese propósito, en el artículo 40 de la Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Público Federal se establece que “Los sistemas de contabilidad deben diseñarse y operarse en forma que faciliten la fiscalización de los activos, pasivos, ingresos, costos, gastos y avances en la ejecución de programas, y en general de manera que permitan medir la eficacia y eficiencia del gasto público federal”.

Así mismo, en el artículo 130 del Reglamento de esa misma ley se indica que el control y la evaluación del gasto público federal comprenderá “La fiscalización permanente de los activos, pasivos, ingresos, costos y erogaciones; el seguimiento de las realizaciones financieras y de metas durante el desarrollo de la ejecución de los programas aprobados; y la medición de la eficiencia y eficacia en la consecución de los objetivos y metas de dichos programas”.

Las auditorías de desempeño se estructuran sobre los principios de rendición de cuentas, fiscalización y transparencia.

Comprueban el impacto o beneficio de las políticas públicas o institucionales sobre la población objetivo, por lo que valoran el grado de satisfacción ciudadana.

También, analizan el desempeño de los actores en las instituciones públicas, tanto de los encargados de poner en práctica la política institucional como de los operadores.

CONCEPTO DE AUDITORIA DE DESEMPEÑO

Desempeño es el nombre que le damos a los resultados de nuestra actuación; enfatizan el análisis de los resultados producidos por las distintas unidades que integran una institución e incluso la organización vista como un todo. La administración centrada en el desempeño obliga a definir explícita y detalladamente indicadores de desempeño que permitan medir sus metas y objetivos.

Afirma Alejandro Nieto: que la evaluación del desempeño, en una institución, se refiere al proceso permanente de monitorear y reportar los resultados de un programa, especialmente comparando su progreso con las metas preestablecidas. Este proceso tradicionalmente incluye:

- Indicadores de eficiencia, basados en la capacidad del organismo de transformar recursos en resultados.
- La calidad de los resultados.
- El impacto de los resultados.
- La eficacia de los procedimientos para llegar a los resultados esperados.

La administración pública centrada en el desempeño utiliza las nociones de eficacia y eficiencia en dos vertientes: como criterio para declarar ineficaz e ineficiente a una institución cuando existe otra que se comporta mejor, ya sea por un mejor desempeño en términos de alcanzar los objetivos propuestos o alcanzar un nivel idéntico a un menor costo; y como criterio para diagnosticar fallas institucionales y auxiliar en el diseño de cambios y reformas en las instituciones para convertirlas en organismos realmente eficaces y eficientes.

Es así que los propósitos más comunes que buscan cumplir las evaluaciones de desempeño son los siguientes:

- Mejorar el desempeño futuro. Las instituciones que no miden el desempeño no pueden mostrar los logros alcanzados por lo que no cuentan con mecanismos para ganar apoyo público y aumentar su legitimidad.
- Mejorar la gestión de los recursos humanos. En organizaciones en las que no se reconoce la excelencia, los empleados y unidades tienen poca motivación y una moral baja.
- Colaborar en la definición de estrategias de capacitación y desarrollo de carrera. Un bajo desempeño en una misma área puede significar que los procedimientos o el marco regulatorio es confuso, extremadamente burocrático o de difícil implementación, por lo que la organización podrá enfatizar entrenamiento en dichas áreas.
- Servir como mecanismo de planeación y permitir un mejor uso de los recursos, pues permite contar con la información necesaria acerca de las debilidades y fortalezas de una institución.

- Promover la innovación. Los resultados que se derivan de la medición del desempeño permitirán buscar mecanismos alternativos y novedosos a través de los cuales se puedan cumplir más eficaz y eficientemente las metas de la organización.
- Promover la cultura de la rendición de cuentas. La carencia de información acerca del desempeño impide contar con mecanismos para justificar el gasto público y compararlo con las expectativas de la población.
- Promover la participación ciudadana, pues el acceso público a la información relativa al desempeño de las instituciones sirve como elemento de cohesión y estímulo para las organizaciones y ciudadanía.

OBJETIVO:

Las auditorías de desempeño evalúan la eficiencia, la eficacia y la economía del quehacer público.

EFICIENCIA. Medida por la fidelidad de la operación al diseño del programa comparada con las mejores prácticas administrativas.

EFICACIA.- Medida por resultados.

En cuanto a la eficacia, se mide la relación entre los objetivos y metas propuestos y los alcanzados, mediante los indicadores estratégicos o de resultados, con base en los logros obtenidos, los efectos generados y el impacto o cambio ocurrido. La eficacia busca el efecto de una acción que se considera la correcta.

ECONOMÍA.- Medida por el costo de la política pública

Alcance:

El alcance del programa de trabajo de las auditorías de desempeño debe comprender:

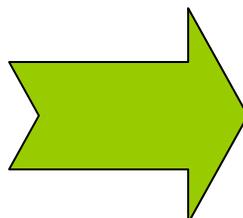
- Evaluar los indicadores de desempeño existentes;
- Evaluar si los resultados deseados están siendo logrados;
- Evaluar la pertinencia de los sistemas de control para medir, reportar y monitorear la efectividad del programa;
- Evaluar el cumplimiento de las leyes y regulaciones;
- Evaluar si los objetivos de los programas son apropiados o relevantes;
- Identificar los factores que inhiben el desempeño satisfactorio en la gestión pública;
- Evaluar si las acciones establecidas para llevar a cabo el programa ofrecen los resultados esperados de manera eficiente y a un menor costo y
- Evaluar si el programa complementa, duplica o entra en conflicto con otros programas.

**MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO
PARA QUÉ?**

¿POR QUÉ MEDIR Y

**LO QUE NO SE
MIDE NO SE
PUEDE**

**SI NO SE PUEDE
CONTROLAR NO
SE PUEDE DIRIGIR**



**LAS
INSTITUCIONES
DEBEN MEDIR SUS
PROCESOS PARA**

**SI NO SE PUEDE
DIRIGIR NO SE
PUEDE MEJORAR**

La medición del desempeño puede ser definida generalmente, como una serie de acciones orientadas a medir, evaluar, ajustar y regular las actividades de una institución

Podría decirse que medir el desempeño es seguir un camino correcto que permita a las instituciones el cumplimiento de sus objetivos y metas de manera eficiente, eficaz y económica.

Para medir el desempeño se necesita evaluarlo a través de indicadores, los cuales deben ayudar a las instituciones a determinar la eficacia, la eficiencia y la economía en el logro de los objetivos y, por ende, el cumplimiento de la misión institucional.

Asimismo, deben estar incorporados en un sistema integral de medición del desempeño de la institución, que haga posible el seguimiento simultáneo y consistente en todos los niveles de la administración, desde el logro de los objetivos estratégicos al más alto nivel, hasta el desempeño individual

TIPOS DE MEDICIÓN DE DESEMPEÑO

INDIVIDUAL

HACE REFERENCIA A MEDIR LA EFICIENCIA DE UN INDIVIDUO EN UNA INSTITUCIÓN, DE ACUERDO CON INDICADORES QUE SE ELABORAN A PARTIR DE EXÁMENES, ENCUESTAS Y EVALUACIONES DEL SUPERIOR

INSTITUCIONAL

MIDE EL DESEMPEÑO DE LAS INSTITUCIONES EN LA GESTIÓN PÚBLICA, A FÍN DE DETECTAR, BÁSICAMENTE, ÁREAS DE OPORTUNIDADES Y GENERADORAS DE CORRUPCIÓN OUE RESTAN CREDIBILIDAD A LA

SISTEMA DE MEDICIÓN DE DESEMPEÑO

OBJETIVO:

VERIFICAR LOS RESULTADOS DE LAS INSTITUCIONES Y CONTAR CON MECANISMOS DE CORRECCIÓN DEL RUMBO

ES UN INSTRUMENTO QUE PERMITE EVALUAR LOS RESULTADOS E IMPACTOS DE LAS ACCIONES INSTITUCIONALES, SOBRE LA POBLACIÓN OBJETIVO DE LOS

EN QUÉ

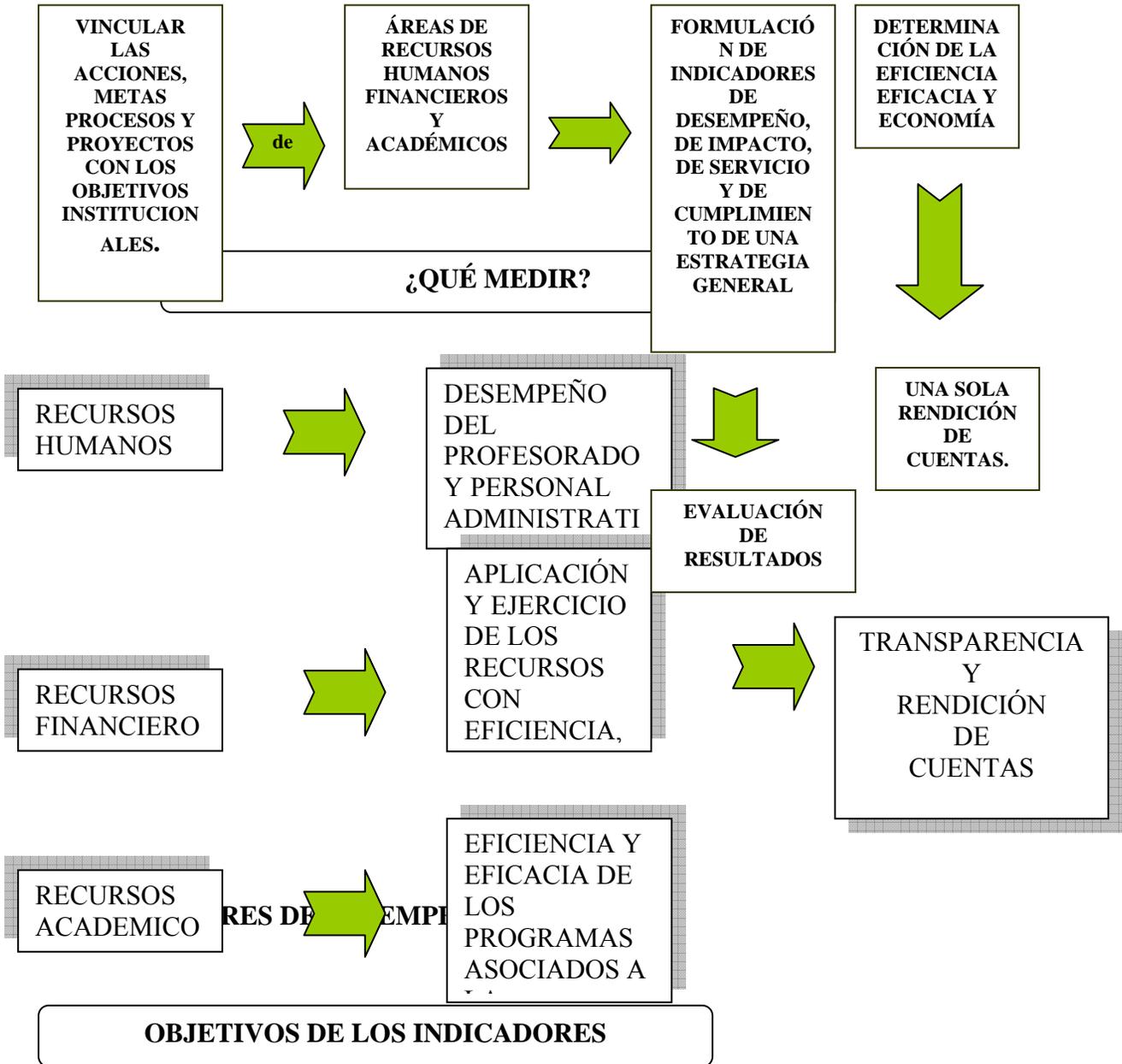
**SUSTENTO
DOCTRINARIO:**

EFICACIA Y CALIDAD ÉTICA EN EL DESEMPEÑO DE TODA INSTITUCIÓN, EMANADO DEL BIEN COMÚN, VINCULANDO ESFUERZOS DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS CON LOS CIUDADANOS.

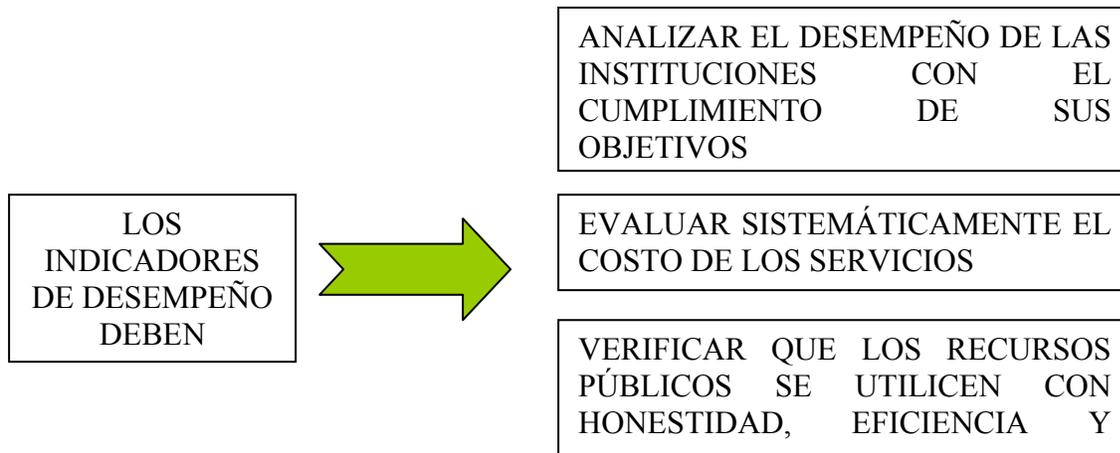
Todo sistema de medición debe satisfacer los objetivos siguientes:

- Comunicar la estrategia
- Comunicar las metas.
- Identificar problemas y oportunidades.
- Diagnosticar problemas.
- Entender procesos
- Definir responsabilidades
- Mejorar el control institucional
- Identificar iniciativas y acciones necesarias
- Medir comportamientos.
- Facilitar la delegación en la personas.

METODOLOGÍA BÁSICA PARA LA MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO



Para evaluar el desempeño de un ente público es necesario disponer de indicadores, cuyos valores o características permitan medir los rendimientos o los resultados de las acciones



NECESIDAD DE ESTABLECER INDICADORES

Existe una relación directa entre indicadores de desempeño y los objetivos de las instituciones, ya que algunos están definidos y cuantificados, de manera que es posible su seguimiento y medición de forma directa, o sea, sin indicadores. Por el contrario, existen otros que no están claramente definidos y su consecución obliga a marcar datos de referencia, indicadores, para poder medir el grado de cumplimiento.

ALGUNOS INDICADORES DE DESEMPEÑO

Indicadores Estratégicos.- Son parámetros de medición del cumplimiento de los objetivos de las instituciones, los programas y/o políticas gubernamentales, en función de las prioridades de los entes.

Indicadores de Gestión.- Proporcionan información sobre las funciones y procesos clave con los que operan las instituciones.

Indicadores de Servicio.- Miden el cumplimiento de los estándares definidos para los servicios.

Indicadores de Impacto o de Resultados.- Cuantifican el logro del objetivo estratégico sobre la población, e identifican el producto o servicio y sus efectos sobre el universo objetivo.

Indicadores de Cobertura.- Miden el alcance del fin estratégico sobre la población o universo objetivo.

Indicadores de Calidad.- Miden las características o atributos de los productos o servicios presentados por las instituciones.

Indicadores de Eficiencia.- Miden la productividad entre los servicios generados, respecto de los recursos utilizados.

UTILIDAD DE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA POR LOS INDICADORES

Deben permitir:

- Identificar y abatir los aspectos vulnerables y potenciar las fortalezas.
- Realizar los cambios pertinentes o necesarios a los procesos.
- Evitar estados de inconformidad al interior de las instituciones
- Que las instituciones perciban si lo están haciendo debidamente

ALGUNAS VENTAJAS DE LOS INDICADORES

- Ayudan a tomar decisiones oportunas
- Permiten saber si está en la trayectoria
- Son instrumentos de evaluación y seguimiento
- Aportan elementos para la planeación

En nuestro país, desde hace más de tres décadas se realizan esfuerzos para medir el desempeño de las instituciones y añadir valor a los resultados. En 1982, la Ley Nacional de Planeación estableció el Sistema Nacional de Planeación Democrática, que obliga a la formulación de planes y programas que den respuesta a la demanda de la población, los cuales deben de evaluarse oportunamente con el objetivo primordial de medir las actividades realizadas, los resultados obtenidos y los recursos utilizados.

Es así que en cumplimiento de las diversas leyes, disposiciones y ordenamientos jurídicos y normativos, el Gobierno Federal busca implementar y mejorar sus sistemas de evaluación del desempeño con indicadores que reúnan las cualidades de pertinencia, objetividad, sensibilidad, precisión y accesibilidad para que al ser comparados con parámetros fijados, identifiquen la calidad, cantidad, tiempo y costo de sus acciones. Además, busca rediseñar sus mecanismos para cumplir con el deber de mantener informada a la ciudadanía y rendir cuentas a los órganos fiscalizadores internos y externos.

A pesar de tener avances significativos en esta materia, a las instituciones públicas se les cuestiona el escaso número de programas evaluados, el alcance y la profundidad de los métodos empleados.

Esta situación se agudiza, cuando los programas evaluados no tienen los resultados esperados y la población no ve los beneficios, a pesar de los recursos financieros invertidos y el esfuerzo realizado para llevarlos a cabo.

Entre las posibles razones para que un sistema de evaluación del desempeño no cumpla con los objetivos para los que fue creado se encuentran:

- La adopción y adaptación de modelos de evaluación no acordes a las necesidades de cada institución.
- La falta de claridad en los objetivos y propósitos establecidos.
- No se involucra a todos los sectores y actores en el proceso de evaluación, ni se articulan los objetivos globales con los específicos.
- La falta de coordinación de las áreas encargadas del control y evaluación de los recursos públicos.
- La dificultad de las instituciones para fijar sus propios objetivos, funciones y actividades institucionales, cuantificar metas y establecer indicadores.
- El proceso de programación – presupuesto no está vinculado al impacto que tienen los recursos públicos. En algunos casos, no se relaciona lo que se gasta con el avance y las metas alcanzadas en los programas.
- Hay pocos mecanismos para rendir cuentas a la ciudadanía.
- Los órganos de control interno de las instituciones auditan la aplicación de los recursos financieros, pero no verifican resultados e impactos.
- La cultura de la evaluación y del control no está generalizada en los diferentes ámbitos y niveles de las instituciones.
- Falta de capacitación al personal involucrado en el proceso de evaluación.

Sin embargo, se debe reconocer que la complejidad del quehacer público torna difícil establecer un sistema que mida en forma eficiente los resultados de las instituciones en particular, así como el impacto en el manejo de los recursos públicos.

Se considera que un modelo de evaluación que responda a las necesidades de la institución debe tomar en cuenta elementos tales como:

- 1) La planeación de las acciones.
- 2) La programación, presupuesto y aplicación de los recursos públicos.
- 3) Un sistema de información para tomar decisiones en forma ágil y eficiente.
- 4) Un sistema adecuado de indicadores que mida los resultados de la gestión, y
- 5) Un sistema de seguimiento y auditoría de los resultados.

Así, se contaría con un instrumento de control y evaluación que permita a las instituciones decidir sobre la conveniencia de continuar o cancelar algún programa y/o proyecto instrumentado; mantener

informada a la ciudadanía y rendir cuentas a los órganos de fiscalización sobre el destino de los recursos públicos.

Conclusiones

El buen gobierno de una organización pública o privada supone el rendir cuentas ante la misma organización y la sociedad en general. Ello implica la transparencia en la información sobre la consecución de los objetivos establecidos y sobre el cómo se ha conseguido ese cumplimiento. Las instituciones públicas, deben trabajar también para establecer mecanismos adecuados que les permita ejecutar la rendición de cuentas.

La preocupación por la eficiencia y eficacia de las instituciones ha llevado a las administraciones de educación superior a considerar la rendición de cuentas como un proceso normal, rutinario y benéfico.

Referencias Bibliográficas

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

AUDITORIA SUPERIOR DE LA FEDERACIÓN. (2003). *Marco Rector y Normas para la Fiscalización Superior de la Gestión Gubernamental*. México.

AUDITORIA SUPERIOR DE LA FEDERACIÓN. (2007). *Manual de Introducción.-Versión 5*. México.

Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Público Federal

Auditoría Operacional de la Administración de recursos humanos. Boletín 6 del Instituto Mexicano de Contadores Públicos (*Comisión de Auditoría Operacional*).

Auditoría Interna Operacional. Memoria del Segundo Simposio de Auditoría Interna Operacional, Editorial IFESA México, D.F.

Indicadores de Desempeño (Metodologías para el control de gestión de empresas de servicios públicos N° 3). *Contraloría De Santafé de Bogotá, 1995*

Ackerman, John, Estructura Institucional para la Rendición de Cuentas: *Lecciones Internacionales*, Imprenta de la Cámara de Diputados, México, 2006.

Auditoría Especial de Desempeño, Marco Operativo de la AED, *Auditoría Superior de la Federación, México 2006*.

Organización Internacional de Entidades Fiscalizadoras Superiores, Directrices de Implementación de la Auditoría de Rendimiento, *Estocolmo 2005*.

Auditoría Superior de la Federación, Normativa Institucional para la Fiscalización Superior de la Gestión Gubernamental, Indicadores de Revisión para la Fiscalización Superior de la Cuenta Pública, México, 2008.

Rafael Morgan Ríos, Evaluación del Desempeño en el Sector Publico, México, D.F., octubre de 2007

Artículos:

Boletín 12 Metodología de Evaluación del Desempeño para el Sector Público. *Academia Mexicana de Auditoría Integral y al Desempeño, A.C.*

Guía Metodológica de acciones previas a la realización de Auditorias al Desempeño. *Boletín 7 de la Academia Mexicana de Auditoría Integral y al Desempeño, A. C.*

La Evaluación en el Sector Público Revista 121 Volumen XLV, N° 1 (enero-abril 2010) *Instituto Internacional de Ciencias Administrativas e Instituto Nacional de Administración Pública, A. C.*

Yunis Khan, Muhammad, Un reto para las EFS: *el manejo de la calidad en la auditoría pública, en Revista Internacional de Auditoría Gubernamental, Vol. 31, 2004.*

Fuentes electrónicas

Sistema de evaluación del desempeño SED - Propuesta a la Cámara de Diputados. Reglamento de la Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Público Federal
www.shcp.gob.mx/EGRESOS/pbr/documentos_consulta/2_sed_propuesta_a_la_camara_de_diputados.pdf

LA AUDITORÍA ADMINISTRATIVA: UN ENFOQUE CIENTÍFICO

Dr. Francisco José Villazán Olivarez fvillazan@hotmail.com
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
M en A. Pedro Campos Delgado pcamposd@hotmail.com
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
M en F. Natalia Villazán Morales natovillazan@hotmail.com
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

Resumen:

El presente trabajo, tiene como propósito mostrar de qué manera específica y operativa, se aplica el método científico en todas y cada una de las fases de la metodología propuesta para llevar a cabo una Auditoría Administrativa

Es común encontrar en la bibliografía sobre Auditoría Administrativa, la aseveración de que ésta debe llevarse a cabo aplicando el método científico (el cual en sí mismo implica una serie de pasos). Sin embargo, ningún libro (por lo menos hasta lo hoy investigado), nos dice de qué manera podemos relacionar operativamente este método con el proceso de la Auditoría Administrativa.

Esta propuesta liga y explica cómo el planteamiento del problema forma parte de los trabajos preliminares de la auditoría administrativa; que el marco teórico, está conformado por la ciencia administrativa, el estado del arte de las funciones básicas de la empresa y, la normatividad de la empresa; que la formulación de hipótesis, se realiza cuando el auditor, al conocer el problema planteado por el cliente, tiene que señalar una posible causa de carácter administrativo (y que viene a constituir su hipótesis de trabajo); y cómo para efectuar la contrastación de hipótesis, tiene que obtener toda la información necesaria para ratificarla o anularla, llegando a conclusiones y resultados en los que sustenta sus recomendaciones al cliente.

En el reciente desarrollo de las ciencias administrativas –como suele ser característico en todas las nuevas disciplinas– han aparecido, y con el tiempo desaparecido, un sinnúmero de conceptos y técnicas, que después de un lapso razonable no probaron su utilidad en el terreno de la praxis.

La Auditoría Administrativa, como herramienta de control administrativo, sin haber probado en forma contundente su gran utilidad, tampoco ha caído en desuso como muchas otras técnicas.

Su resistencia a la obsolescencia se apoya en la realidad actual, que exige un alto nivel de competitividad, debido a la globalización en que las organizaciones de hoy coexisten.

Competitividad que sólo puede sustentarse en la eficiencia a la que nos conduce una buena administración, la cual, en un ambiente tan dinámico y cambiante como el de nuestros días, no tendría oportunidad de mejoramiento sin herramientas como la Auditoría Administrativa.

El propósito de este trabajo es plantear con claridad y sencillez cómo el modelo propuesto de Auditoría Administrativa se relaciona intrínseca y operativamente, paso a paso con el método científico y, terminar con la duda de si la investigación llevada a cabo es científica o no, y por lo tanto digna de confianza.

Palabras clave: *Auditoría, Auditoría Administrativa, Método Científico, Control administrativo, Competitividad, Globalización*

ABSTRACT

The present paper aims to show how specific and operational, applies the scientific method in all and each of the phases of the proposed methodology for carrying out an administrative audit (AUDITORÍA ADMINISTRATIVA).

It is common to find in the literature on audit administrative, the assertion that this must be done by applying the scientific method –el which in itself involves a number of steps.

However, any book (at least to the investigated today by my), tells us how we can relate operationally this method with the process of the administrative audit.

This proposal League and explains how the problem statement is part of the preliminary work of the AUDITORÍA ADMINISTRATIVA; the theoretical framework is made up of administrative science, the State of the art of the core functions of the company, and the regulations of the company; that the formulation of hypotheses is performed when the auditor, announced the problem raised by the client, has to point out a possible cause of administrative –y next to form his hypothesis of work–; and how to make the contrasting hypothesis, has to obtain the information necessary to ratify it or to cancel, reaching conclusions and findings that sustains its recommendations to customer.

In the recent development of the Administrative Sciences –how often characteristic on all new ways– have appeared, and eventually disappeared, a myriad of concepts and techniques, that after a reasonable time not proved its usefulness in the field of practice.

The administrative audit, as a tool for administrative control, without having tried in strong form its very useful, nor has fallen into disuse as many other techniques.

Its resistance to obsolescence is based on current reality, which requires a high level of competitiveness, due to globalization that today's organizations coexist.

Competitiveness which can be sustained only in efficiency that leads us about good governance, which, in an environment so dynamic and changing as our days wouldn't chance of improvement without tools like the administrative audit.

The purpose of this paper is to raise with clarity and simplicity, how the proposed model of auditing administrative related intrinsic and operationally, step by step with the scientific method, and end with the question of whether the research carried out is scientific or not, and therefore worthy of trust.

Keywords: *Audit, Audit management, Scientific method, Administrative Control, Competitiveness, Globalization*

INTRODUCCIÓN

Al igual que muchos otros términos en el lenguaje científico, el término auditoría tiene un significado de uso común, amplio y genérico referido a revisión, inspección, verificación y, otro significado específico y técnico referido al hecho de llevar a cabo un “examen de las operaciones financieras, administrativas y de otro tipo, de una entidad pública o de una empresa, por especialistas ajenos a ellas y con el objeto de evaluar la situación de las mismas” (García-Pelayo y Gross 1985).

Como podemos ver, técnicamente, el término se refiere no sólo a aspectos contables, sino también administrativos y de otro tipo, lo que nos lleva a reinterpretar el término como de uso genérico, que bien puede ser aplicado a diferentes aspectos relacionados con las ciencias económico-administrativas.

En cuanto a la naturaleza, propósito y alcance de la AUDITORÍA ADMINISTRATIVA, en ocasiones se confunden los términos o se utilizan con demasiada liberalidad sin darle importancia a la necesaria claridad de la materia. Hablando de su naturaleza a veces encontramos que dependiendo del antecedente profesional del autor, se considera a la AUDITORÍA ADMINISTRATIVA como una extensión de la auditoría contable (Norbeck 1972). Sin embargo hay quienes la consideran totalmente independiente, especialmente si los autores están ligados con la profesión de la Administración.

En cuanto a su propósito hay quienes afirman que sirve para valorar la calidad de los administradores (Thierauf 1990). Otros para evaluar el fundamento de la administración (Rubio y Hernández 1992). William P. Leonard (1971), menciona que su propósito es descubrir deficiencias e irregularidades y señalar sus probables remedios. Anaya Sánchez (1976) afirma que pretende una evaluación de la empresa en todas sus áreas.

En cuanto a su alcance, entendido como lo que puede llegar a abarcar, algunos mencionan a la administración, pero la mayoría se refiere a la empresa, alguna parte de ella o alguna función de la misma.

Nosotros consideramos que la naturaleza (esencia o característica fundamental) de la auditoría administrativa, está determinada por ser una herramienta administrativa, específicamente una técnica de control, de carácter revisor, evaluativo, dictaminador y sugerente.

Esto significa que pertenece al marco teórico de la ciencia administrativa; que se utiliza en la función de control; que básicamente consiste en revisar aspectos administrativos, con la finalidad de evaluarlos, llegar a conclusiones y sugerir cambios pertinentes.

En relación con su propósito, éste emana de su propia naturaleza y no es otro que el mejoramiento de la administración.

En cuanto al alcance, está dado por el ámbito de aplicación de la auditoría administrativa, es decir, en dónde se puede aplicar. En este sentido podemos aplicarlo en: toda la empresa, un departamento, una función o en una subfunción.

Con relación al objeto, este se refiere específicamente a lo que va a estudiar, es decir el Proceso Administrativo (P.A.).

En cuanto a la dimensión, se refiere a la amplitud de la Auditoría Administrativa en cuanto a qué tanto del Proceso Administrativo abarcará. Podrá ser total cuando el objeto de estudio sean todas las funciones del proceso administrativo, parcial cuando el objeto de estudio es solamente alguna función del Proceso Administrativo y fragmentaria, cuando el objeto de estudio es algún elemento de una función del Proceso Administrativo.

Cuadro N° 1. Relación de la dimensión, objeto y alcance de la Auditoría Administrativa

Técnica	Dimensión	Objeto	Alcance
Auditoría Administrativa	Total	Todo el proceso administrativo	<ul style="list-style-type: none"> • Toda la empresa • Un departamento de la empresa
	Parcial	Una función del Proceso Administrativo	<ul style="list-style-type: none"> • Una función de la empresa
	Fragmentaria	Un elemento de una función del proceso administrativo	<ul style="list-style-type: none"> • Una subfunción de la empresa

En cuanto a las definiciones, éstas son muy variadas, y dejan entrever los antecedentes profesionales de sus autores, y pueden ir desde las amplias y confusas como la de W.P. Leonard (Op. cit.), que nos dice “La auditoría administrativa puede definirse como un examen constructivo y compendiado de la estructura organizacional de una empresa, institución, dependencia gubernamental o de algunas de sus partes, división o departamento; y de sus planes y objetivos, métodos de control, medios de operación, y el uso que da a sus recursos humanos y materiales.” Hasta las más concretas y claras como la de Cervantes Abreu (1977), que nos dice que “La auditoría administrativa es el examen analítico, completo e informativo de la función administrativa de una entidad económica.” Y las intermedias como la de John Nolan (1983), quien nos dice que “La auditoría administrativa es una técnica diseñada para analizar, evaluar, examinar y ponderar el actuar de una empresa en relación con una serie de estándares prefijados y con su propia normatividad. Su objetivo, por tanto, es evaluar la eficiencia y efectividad de la entidad organizativa.”

Nosotros hemos definido a la auditoría administrativa como la técnica de control administrativo que examina (sistemática e integralmente) el grado de eficiencia en la aplicación del proceso administrativo a las distintas funciones de una entidad, así como la manera en que esta eficiencia influye en la efectividad de las funciones.

Aclarando: Es técnica de control administrativo por que partiendo del marco teórico de la Administración como ciencia, y de la normatividad de la entidad, se medirán los resultados, se compararán con los primeros, se buscarán diferencias o desviaciones y se pondrán medidas correctivas.

Es sistemática e integral, por que utiliza como herramienta el método científico y el concepto de interdependencia de los sistemas.

El grado de eficiencia en el proceso administrativo, significa que evaluará la manera como cada fase del proceso administrativo se llevó o lleva a cabo. Es decir, si existe planeación y cómo se lleva a cabo; si se ha diseñado ex profeso una estructura organizacional y si se respeta; si la dirección del recurso humano es la más adecuada para las características propias de la entidad; si existen los sistemas de control necesarios y si éstos funcionan en forma adecuada.

Al referirnos a las distintas funciones queremos decir que la auditoría administrativa puede aplicarse a una función básica de la empresa, a alguna subfunción, o inclusive a algún aspecto particular de una subfunción, como podría ser un procedimiento cualquiera.

La efectividad de las funciones básicas de la empresa es un requisito primordial para que la empresa logre su objetivo fundamental, por eso queremos saber si el proceso administrativo se está aplicando eficientemente como para lograr esto.

PROPUESTA:

En este trabajo se ha querido hacer énfasis en la manera como se utiliza el método científico, ya que las investigaciones que se realizan en la Auditoría Administrativa teóricamente se apoyan en él, y aunque aparentemente esto es de aceptación general, los libros que tratan el tema no suelen explicar el cómo.

Si realmente queremos darle a la auditoría la validez y confiabilidad que pretendemos, la aplicación del método científico es ineludible, ya que forma parte de su marco teórico. Para el planteamiento de nuestra propuesta, hemos optado por usar el modelo del método científico propuesto por Heinz Dietrich (1997) por su claridad y sencillez.

NUESTRO MODELO CONSTA DE LAS SIGUIENTES ETAPAS:

1. TRABAJOS PRELIMINARES:

Los trabajos preliminares constituyen el primer paso en firme o el primer tropiezo en el que se sustentará el desarrollo de toda la auditoría administrativa. De ahí la importancia de que estos se constituyan en un paso sólido y contundente.

Los trabajos preliminares que se desarrollan al inicio, están dados por los contactos iniciales que a través de entrevistas y llamadas telefónicas y correos se tienen con el cliente. El propósito de estas comunicaciones es conocer las razones e inquietudes que han movido al cliente a pensar en llevar a cabo una auditoría administrativa.

En otras palabras de aquí debe surgir el planteamiento del problema, etapa del método científico entendida como: “la delimitación clara y precisa (sin ambigüedades) del objeto de investigación, realizada por medio de preguntas, lecturas, trabajo manual, encuestas pilotos, entrevistas, etcétera.” (Op. cit., p. 57), y del cual pueden surgir las hipótesis de trabajo.

En ocasiones el cliente puede llegar a plantear el problema en forma clara y precisa, pero en otras necesitará la ayuda del auditor, para que el planteamiento resulte realmente claro y guiador.

2. DIAGNÓSTICO ADMINISTRATIVO E INVESTIGACIÓN PREVIA (DA/IP):

Una vez que ha quedado claro aquello que se va a auditar, con qué finalidad, y en qué consistirá la auditoría administrativa, tanto para el cliente como para el auditor, se procederá a realizar el diagnóstico administrativo y la investigación previa.

Esta etapa de la auditoría administrativa suele variar entre los autores. Sin embargo, y haciendo énfasis en la naturaleza y definición consideramos que en esta etapa se debe llevar a cabo una evaluación panorámica, sin entrar en detalle, de la forma como en la empresa o unidad a auditar se entiende y practica la administración general, teniendo como marco de referencia la teoría de la ciencia administrativa.

Es pues como un estudio piloto que nos dará una descripción preliminar y aproximativa del status quo del objeto de investigación. A esto se le conoce como descripción científica, del objeto de estudio, que se define como “la actividad que de acuerdo al marco teórico, reproduce (registra) conceptualmente, y si es posible en forma cuantitativa, las propiedades del objeto de investigación, que conforme al interés de conocimiento del investigador se consideran las principales” (Op. cit., p. 104).

Esto aporta el conocimiento empírico sobre el objeto de investigación, el que conjuntamente con el conocimiento teórico, proveen las bases para la formulación de las hipótesis.

En otras palabras se aplicará un programa de investigación que en esta fase nos lleve en forma rápida y sencilla a obtener un diagnóstico administrativo, cuyo propósito es un conocimiento general de la forma como se conceptualiza, y se aplica la administración como ciencia.

Al mismo tiempo debemos llevar a cabo otra investigación, la investigación previa. Con ella averiguaremos cuáles son las características y condiciones de la unidad a auditar, el qué, cómo, quién, cuándo, dónde y por qué de las operaciones de la unidad a auditar, aunque todo de una manera general, “a ojo de buen cubero”, de tal manera que al terminar esta fase tengamos un amplio, pero general conocimiento de la unidad.

El DA/IP, es el equivalente a la exploración clínica que realizan los médicos a sus pacientes antes de auscultarlos, diagnosticarlos y darles un tratamiento.

3. PROGRAMACIÓN DE LA AUDITORÍA:

Una vez realizados el DA/IP, el auditor estará en posibilidades de programar las actividades medulares de la auditoría.

Aunque el programa general de la auditoría administrativa se inicia con los trabajos preliminares y se continúa con el DA/IP, el programa específico para llevar a cabo las actividades medulares de la auditoría propiamente dicha, consiste en un documento guía, donde a partir del objetivo de la auditoría administrativa (que siempre es el mejoramiento de la administración) del problema particular que el cliente quiera resolver, o de las pretensiones particulares del cliente con relación a la auditoría administrativa, se relacionan en forma secuencial las actividades específicas que el o los auditores habrán de llevar a cabo para la obtención de la información, su análisis y evaluación, así como la emisión de las recomendaciones respectivas.

Conjuntamente con las actividades, deberán señalarse también la o las personas: auxiliares, analistas, supervisores, especialistas, que habrán de encargarse de llevar a cabo cada actividad. Los empleados, directivos de los distintos niveles: institucional, administrativo y operativo, así como los obreros de la empresa que como informantes o colaboradores habrán de participar en dichas actividades.

También se señalarán los lugares, departamentos, u oficinas donde se llevarán a cabo las actividades de recolección de información, así como los momentos, horarios y fechas de inicio y terminación de todas y cada una de las distintas actividades de estas fases de la auditoría administrativa.

No debe faltar tampoco el señalamiento de las fuentes de información documental, archivos físicos y electrónicos, y los medios o instrumentos técnicos, cuestionarios, entrevistas, observaciones, diagramas de flujo, listas de verificación, etc., que habrán de emplearse en cada fase de la auditoría.

4. OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN:

Una vez diseñado el programa de la auditoría administrativa, procedemos a obtener los datos pertinentes, dicho en otras palabras, procedemos a la contrastación de las hipótesis, que pudieron haber sido formuladas por el cliente durante los trabajos preliminares, o por el auditor en el DA/IP.

Esta etapa del método científico consiste en: “La actividad que mediante la observación, la experimentación, la documentación y/o la encuesta sistemática, comprueba (demuestra) adecuadamente, si una hipótesis es falsa o verdadera” (Op. cit., p. 137).

Un buen trabajo de AUDITORÍA ADMINISTRATIVA tiene que basarse en datos, sólo así se puede llegar a tener la imagen correcta de la situación de la empresa, una definición precisa del problema, y una propuesta bien fundamentada.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT), propone la siguiente tipificación para los datos, dependiendo de su origen: Los datos de “orientación”, son aquellos que se obtuvieron durante la etapa de los trabajos preliminares; los datos de “diagnóstico” o “estudio”, son los obtenidos durante el DA/IP; y los datos “de la tarea”, son todos aquellos necesarios para realizar y concluir una tarea. Al final de cuentas, muchos de los datos de orientación y diagnóstico pasan a convertirse en datos de tarea.

Si por alguna razón los datos que se necesitan no se encuentran registrados, el auditor puede disponer que se lleven, temporalmente, registros especiales de estos que normalmente no se llevan.

El tipo de datos que se recabarán dependerá mucho del área que se esté trabajando, de la definición que se le haya dado al problema, y de los objetivos que se pretenden lograr con la tarea.

En general, los datos nos deben permitir realizar el examen de algún proceso, de una relación entre factores, o de las causas de algo; siempre con la mira de encontrar oportunidades de mejora.

5. CLASIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN:

En esta etapa la Auditoría Administrativa coincide exactamente con la etapa de método científico denominada con el mismo nombre.

Dependiendo del tipo de investigación que se haya hecho, es probable que haya necesidad de hacer clasificación de datos, con la finalidad de trabajarlos estadísticamente.

Es importante reconocer que algunos de los datos que en la AUDITORÍA ADMINISTRATIVA se obtienen, tienen el carácter de cualitativos.

El método científico proporciona técnicas como la codificación, para traducir tales datos a una forma susceptible de análisis más riguroso. El análisis estadístico consistente en el sometimiento de los datos capturados a un programa estadístico, es una herramienta a la que se puede acudir.

La clasificación de los datos, se puede hacer teniendo como punto de partida muy diversos factores, y de hecho la clasificación se inició cuando el auditor estableció los criterios para organizarlos y tabularlos. Sin embargo estos criterios pudieron haber cambiado durante el transcurso de la investigación. Algunos de los criterios que pudieran ser utilizados son:

-Por periodo de tiempo: Por ejemplo cuando los datos se clasifican por mes, con lo que se pueden apreciar tendencias, tasas de variación, cambios aleatorios, etc.

-Por responsabilidades: Por ejemplo los tres niveles gerenciales básicos, pudiendo detectar que ciertas actividades no corresponden al nivel en que se encuentran.

-Por estructura: Por ejemplo las diferentes funciones básicas de la empresa, detectando número de empleados, inversión en instalaciones, etc.

-Por factores influyentes: Por ejemplo detectando los factores principales que influyen para que se den los accidentes en la fábrica.

Los análisis pueden ser de muy diversa índole; puede hacerse análisis estadístico, análisis organizacional, análisis factorial, análisis de contenido, etc. Lo importante en muchas ocasiones, es determinar si existe una relación específica entre ciertos factores y algunos hechos.

El análisis de problemas, que también es una herramienta de la AUDITORÍA ADMINISTRATIVA, debemos de entenderlo como la separación de los componentes de un problema o cuestión, de tal manera que lleguemos a conocer su naturaleza, sus características, las causas de su funcionamiento, sus relaciones con los demás componentes, entendiendo sus interdependencias e interacciones con cada uno de ellos, con el todo, y con el contexto. En otras palabras, entenderlo para poder modificarlo, buscando con esto un mejoramiento.

En otros casos se busca analizar causas. Este tipo de análisis es fundamental para poder proponer alguna mejora. Si conocemos las causas de algún problema o situación podremos hacer cambios para modificar los efectos.

El uso de técnicas gráficas, como los diagramas de flujo, los organigramas, los sociogramas, los diagramas de distribución, etc. son muy útiles, pues nos permiten visualizar lo que estamos analizando.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

Trabajados todos los datos, y como se dijo anteriormente, en forma casi simultánea, el auditor empieza a llegar a conclusiones, las cuales tendrán que convertirse en recomendaciones.

La evaluación de la información obtenida, para llegar a conclusiones y recomendaciones, constituye el meollo del trabajo de la AUDITORÍA ADMINISTRATIVA, es en este momento, cuando el auditor pone en juego toda su capacidad, sus conocimientos y experiencia para llegar a hacer las recomendaciones pertinentes y que repercutirán en un mejoramiento de la administración de la empresa.

La recomendación, es la culminación del trabajo del auditor, y aunque posteriormente venga la implementación, ésta, a menos de que se haya convenido de otra manera, probablemente no esté en manos del auditor, sino del mismo cliente.

Respecto de las conclusiones de una investigación, H. Dieterich nos dice “Las conclusiones de una investigación, se refieren a las inferencias (juicios) sobre la falsedad o veracidad de las hipótesis utilizadas; tales inferencias se realizan con base a los datos obtenidos durante la contrastación de las hipótesis.” (Op. cit., p. 206)

Muchos son los factores que el auditor deberá poner en juego para producir una buena recomendación, así por ejemplo, un buen entendimiento del problema, un análisis objetivo y riguroso, criterio juicioso, imaginación, creatividad, etc. son los elementos necesarios para llegar a ella.

7. PREPARACIÓN Y PRESENTACIÓN DEL INFORME:

“Mientras que la función de la investigación científica consiste en la producción de conocimiento objetivo, la del reporte de investigación [informe] radica en su divulgación. En este sentido, la formulación del reporte de investigación no es una tarea científica, sino administrativa y de comunicación.” (Op. cit., p. 209).

Aunque en muchas ocasiones el informe final se ha ido preparando en el transcurso de la auditoría, llega el momento en que hay que dedicar tiempo especial para su elaboración, o por lo menos terminación.

Este importante documento es, a los ojos del cliente, lo que él recibe a cambio de los honorarios pagados al auditor. En él suele reflejarse la calidad y efectividad con la que se llevó a cabo el trabajo de auditoría, por lo que el auditor deberá poner especial esmero en su elaboración, cuidando tanto los aspectos de forma, como de contenido y oportunidad.

Hemos dicho anteriormente, que el marco teórico de referencia de la AUDITORÍA ADMINISTRATIVA es la teoría de la ciencia administrativa, y dentro de ésta, especialmente la teoría del Proceso Administrativo; la mejor manera de presentar el informe será también teniendo como marco de referencia a este proceso. Ya sea que se haya aplicado la auditoría a un simple método, a una función, a un departamento o a toda la empresa, el enfoque o marco referencial que debe tener nuestro informe es el del Proceso Administrativo.

8. IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LAS RECOMENDACIONES:

La implementación de las recomendaciones, no es necesariamente parte de la AUDITORÍA ADMINISTRATIVA, esto dependerá de lo que el cliente haya solicitado, y lo que se haya acordado con él.

En algunas ocasiones el mismo personal de la empresa, es quien se encarga de la total implementación de las recomendaciones; en otras se solicita asesoría al auditor durante la implementación; y en una tercera alternativa se le pide que él se encargue de su implementación. En cualquiera de los casos, es importante que haya alguien responsable de esto, para que lleve la implementación a feliz término.

De cualquier forma es conveniente que la implementación también se planee, definiendo cuándo y cómo se llevará a cabo, y quiénes habrán de encargarse de ella.

Con el propósito de realizar una efectiva implementación de las recomendaciones, como nos dice Leonard (1971), debemos tener presente que existen diferentes tipos de personalidades entre los directivos de una empresa: Están los que “no actúan”, quienes convencidos de que lo que hacen y la forma como lo hacen no puede ser mejorada. Los que “piensan actuar” siempre y cuando se les demuestre, sin lugar a dudas, las ventajas de la propuesta; son muy racionales y se toman su tiempo para actuar. Los que “actúan” y que siempre están dispuestos a probar nuevas formas, aunque no reflexionen mucho sobre sus posibles consecuencias.

CONCLUSIONES DE LA PONENCIA:

Es importante que se difunda con mayor amplitud el correcto conocimiento y la adecuada aplicación de la Auditoría Administrativa, ya que constituye una herramienta propia para las exigencias de nuestros días, en los que la eficientización de la administración en las organizaciones es una necesidad para la subsistencia y en algunos casos para la sobrevivencia de las mismas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Anaya S, C. (1976). *Auditoría Administrativa*. Evaluación de la Empresa. 2da. ed. México: Ediciones Contables y Administrativas.

Cervantes A, S. (1977). *Dinámica de la Auditoría Administrativa*. México: Ediciones Contables y Administrativas.

García-Pelayo y Gross. (1985). *Nuevo Diccionario Enciclopédico Larousse Usual*. 6ta. ed. México: Ediciones Larousse, S.A

Dietrich, H. (1997). *Nueva Guía para la Investigación Científica*. México: Planeta.

Mancillas P, E. (2001). *La Auditoría Administrativa. Un Enfoque Científico*. México: Editorial Trillas, S.A. de C.V.

Nolan, J. (1984). *Management audit: Maximizing your Company's Efficiency and Effectiveness*. Radnor, Pensilvania: Chilton Book Company.

Leonard, W, P. (1962). *The Management Audit. An Appraisal Of Management Methods and Performance*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.

Norbeck, E. F. (1972). *Auditoría Administrativa*. 2da. ed. México: Editora Técnica.

Organización Internacional del Trabajo. (1986). *La Consultoría de Empresas*. Guía para la Profesión. México: Limusa.

Rubio, V. M. y Hernández F, J. (1992). *Guía Práctica de Auditoría Administrativa*. 3ra. ed. México: PAC.

Thierauf, R. J. (1984). *Auditoría Administrativa con Cuestionarios de Trabajo*. México: Limusa.

LA NUEVA CONTABILIDAD GUBERNAMENTAL EN MÉXICO

María Catalina Patricia Díaz Vega cppaty01@yahoo.com.mx Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

Toda entidad, que realice transacciones cuantificables en términos económicos, debe registrar de manera ordenada y sistemática dichas transacciones, apoyada en técnicas formalmente reconocidas, de tal forma que produzca información, oportuna, confiable, comprobable y comparable, que sea útil para adoptar decisiones relativas a su desarrollo y existencia. Debemos reconocer que incluso la información contable de diversas entidades económicas tiene influencia significativa en otras entidades.

El Gobierno, en cualquier ámbito de que se trate, es una organización, que sin duda alguna realiza transacciones cuantificables en términos monetarios, consecuentemente es necesario que cumpla con esa formalidad administrativa de llevar cuenta y razón de sus operaciones económicas, máxime si consideramos que todas ellas se sustentan en recursos aportados por los ciudadanos. Si controlar los recursos propios es necesario y conveniente, controlar la obtención, administración y aplicación de recursos ajenos cobra una mayor importancia, a efecto de estar en condiciones de rendir cuentas a los dueños.

Esta formalidad ha sido satisfecha por el Gobierno, hasta ahora, observando normas técnicas determinadas por los actores gubernamentales del sector financiero en su momento. A partir del 1 de enero de 2009 en que entró en vigor la Ley General de Contabilidad Gubernamental, que prevé un proceso de evolución de su aplicación que contempla diversos plazos, las normas de la contabilidad que debe observar el sector público nacional serán homogéneas y obligatorias para todas las entidades gubernamentales.

Palabras clave: Entidad; Contabilidad; Gubernamental; Homogéneas.

Abstract

Any entity that transacts quantifiable in economic terms, be recorded in an orderly and systematic such transactions, based on formally recognized techniques, so as to produce information, timely, reliable, verifiable and comparable information which is useful for decisions concerning its development and existence. We must recognize that even the accounting information of various economic entities have significant influence on others

The Government, in any area in question is an organization that transacts certainly quantifiable in monetary terms; therefore it is necessary to comply with the administrative formalities to take an account of their economic operations, especially considering that all they are supported by funds provided by citizens. If you control the resources necessary and convenient to own, control, procurement, administration and enforcement of foreign resources has a greater importance, in order to be able to be accountable to the owners.

This formality has been fulfilled by the Government, so far, looking at technical standards determined by government actors in the financial sector at the time. Effective January 1, 2009 came into force Government Accountability Act, which provides an evolutionary process your application that includes several periods, the accounting standards to be followed by national public sector will be homogeneous and binding for all governmental entities.

Key words: Entity, Accounting, Government, Homogeneous

Desarrollo del trabajo.

La Nueva Contabilidad Gubernamental en México.

Introducción.

El presente trabajo tiene por objeto presentar un análisis sobre la nueva contabilidad del gobierno en México, abordado en lenguaje accesible, que permita a los interesados en el tema introducirse en su conocimiento.

Explico porque fue necesario otorgar un marco jurídico a una técnica profesional de uso cotidiano entra las organizaciones, sea cual fuere su objetivo, reconociendo las bondades de la armonización de la contabilidad nacional.

Uno de los objetivos más importantes de lograr la referida armonía, es la posibilidad de la consolidación de la información financiera, lo que permite a quienes deben tomar decisiones de orden nacional, tener información completa y consecuentemente adoptar acciones equitativas en beneficio de la sociedad que es la patrocinadora de dichas acciones, este hecho por si solo justifica el estudio realizado en la búsqueda de promover el interés social en la información financiera del gobierno.

El trabajo hace un resumen de la Ley General de Contabilidad Gubernamental y de los documentos técnicos emitidos a la fecha.

Agradezco a la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, a la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas, y a los organizadores de este congreso, la oportunidad de poner a la expectativa sobre el tema a la comunidad asistente

Generalidades de la contabilidad.

De acuerdo a la Norma de Información Financiera A-1, emitida por el Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera, A. C., *La contabilidad es una técnica que se utiliza para el registro de las operaciones que afectan económicamente a una entidad y que produce sistemática y estructuradamente información financiera. Las operaciones que afectan económicamente a una entidad incluyen las transacciones, transformaciones internas y otros eventos.*

Benjamín Franklin resumía el valor de la información diciendo que el juicio de un hombre no sobrepasa los límites de su propia información¹

El objetivo de que una entidad disponga de información financiera responde a la necesidad de contar con datos que le permitan evaluar la situación económica de la entidad, a fin de juzgar sobre bases

¹Contabilidad I y II cursos, del C.P. Alfonso Quiroga Díaz, 6ª edición, 1994. página 5

objetivas si dicha situación a una fecha determinada es mejor o no respecto de la que tenía al inicio del periodo al que corresponda y si al final del mismo periodo alcanzó sus objetivos económicos.

Gracias a este conocimiento, los administradores y/o propietarios de las entidades pueden decidir su continuidad o terminación, los cambios que la organización requiere para alcanzar sus objetivos; su incorporación a nuevos mercados; la diversificación de sus operaciones; la necesidad y conveniencia de incrementar o disminuir su inversión; revisar y en su caso actualizar su estructura organizacional; mejorar el flujo de información operacional; optimizar sus relaciones con terceros, entre muchas otras.

Como si lo anterior fuera de poca importancia, la información proveniente de la contabilidad es de interés, además de los dueños y/o administradores de las entidades, para otros muchos usuarios, tales como:

- a) **Órganos de supervisión y vigilancia corporativos, internos o externos**, por tratarse de los responsables de supervisar y evaluar la administración de las entidades.
- b) **Proveedores y Acreedores**, puesto que son quienes proporcionan bienes y servicios para la operación de la entidad y como tales deben estar seguros de la posibilidad de recuperar los créditos que le otorgan. Incluye a instituciones financieras y otro tipo de acreedores.
- c) **Empleados**, puesto que les interesa conocer la estabilidad de la entidad y su consecuente seguridad en el trabajo, así como la parte de las utilidades que les corresponde por sus servicios laborales.
- d) **Clientes y beneficiarios**, que reciben servicios o productos de las entidades y esperan que la organización sea sólida y les responda en caso de contratiempos, aplicando las garantías de satisfacción de los bienes y/o servicios recibidos, así como cuando hayan realizado entregas de efectivo en espera de recibir satisfactores en un futuro cercano.
- e) **Unidades gubernamentales del ramo de las finanzas**, como responsables de establecer políticas económicas, monetarias y fiscales, participantes en la actividad económica al conseguir financiamientos y asignar presupuesto gubernamental.
- f) **Contribuyentes de impuestos**, que son aquéllos que aportan recursos al fisco y están interesados en la actuación y rendición de cuentas de las unidades gubernamentales;
- g) **Organismos reguladores**, encargados de regular, promover y vigilar los mercados financieros; función que depende muy preponderantemente de la información financiera de las entidades integrantes del mercado de que se trate.
- h) **Otros usuarios**, este grupo incluye a otros interesados no comprendidos en los apartados anteriores, tales como académicos, investigadores de mercado, público inversionista, analistas financieros, consultores, entre otros.

Todo lo anterior demuestra la enorme importancia de la contabilidad en el desarrollo económico no sólo de la entidad en particular, sino de las diversas ramas de la actividad económica, de las diversas

zonas geográficas y de manera especial de los países mismos. Sin embargo la influencia positiva de la información financiera, requiere que ésta sea preparada en forma homogénea, aún en la diversidad de actividades a las que se dediquen las entidades.

Para la mejor comprensión del tema, resulta importante identificar el concepto de **entidad**, que en materia de contabilidad, conforme a la Norma de Información Financiera A-3 (NIF A-3) se entiende como aquella **unidad identificable** que realiza actividades económicas, constituida por combinaciones de recursos humanos, materiales y financieros, conducidos y administrados por una autoridad que toma decisiones encaminadas a la **consecución de sus fines**.

De la mano del concepto antes mencionado, va la necesidad de distinguir dos tipos de entidades, en atención a sus fines. Cuando el fin de la entidad conlleva la intención de resarcir y retribuir a los inversionistas su inversión, a través de reembolsos o rendimientos se trata de una entidad con fines lucrativos. Cuando los fines para los que fue creada, son principalmente de beneficio social, y que no resarce económicamente la contribución a sus patrocinadores se conoce como entidad no lucrativa.

En este contexto, queda claro que el Gobierno, en cualquiera de sus ámbitos, es una unidad identificable; que con el propósito de alcanzar su objetivo general de procurar el bienestar social, realiza actividades económicas para lo cual dispone de recursos humanos, materiales y financieros que conduce y administra por funcionarios competentes conforme a su organización legal, que toman decisiones tendientes a la consecución de los objetivos particulares de de cada ramo de actividad de la administración pública.

La descripción planteada en el párrafo anterior permite ubicar al Gobierno en el marco del concepto contable de entidad y por sus fines, se clasifica entre las no lucrativas., lo que significa que técnicamente le corresponde llevar contabilidad, como en efecto, en la práctica, lo hace.

Concepto de contabilidad Gubernamental

En su momento (1985) la extinta Secretaría de Programación y Presupuesto definió a la contabilidad gubernamental como una técnica que registra sistemáticamente las operaciones que realizan las dependencias y entidades de la administración pública federal, así como los sucesos económicos identificables y cuantificables que le afecten, con el objeto de general información financiera, presupuestal, programática y económica que facilite a los usuarios la toma de decisiones².

Por su parte, el Profesor León Bayeto, en su obra Presupuesto por Programas y Actividades de la División Fiscal de las Naciones Unidas, afirma que la contabilidad gubernamental es la disciplina que se ocupa de la economía de la hacienda pública, cuyas operaciones estudia en su conjunto y en detalle a los efectos de formar y proporcionar por vía racional y experimental la doctrina administrativa de la misma.

En el ámbito internacional, encontramos que el Instituto Latinoamericano de ciencias fiscalizadoras refiere que la contabilidad gubernamental permite medir y registrar en términos monetarios las operaciones, programas y actividades llevadas a cabo por el Estado, sus entidades y organismos componentes.

² Raúl Castro V. Contabilidad Gubernamental, en cuanto al manual del sistema integral de Contabilidad Gubernamental emitido por la Secretaría de Programación y Presupuesto. Página 15

Igualmente la Asociación latinoamericana de presupuesto público asegura que la contabilidad gubernamental es una disciplina que es parte de la contabilidad, de la que se extraen sus principios y preceptos, a veces adaptándolos, para prescribir una serie de técnicas destinadas a captar, clasificar, registrar, resumir, comunicar e interpretar la actividad económica, financiera, administrativa, patrimonial y presupuestaria del Estado, implementando un sistema de información de las organizaciones públicas y enmarcándose en una estructura legal predefinida.

Personalmente, del análisis de las definiciones anteriores, considerando además la definición general de contabilidad determinada por el CINIF concluyo que la contabilidad gubernamental *es la técnica utilizada para el registro de las operaciones que afectan económicamente a las entidades gubernamentales y que produce sistemática y estructuradamente información financiera, programática y presupuestal.*

Particularidades de la contabilidad del gobierno en México.

Hasta este momento, la organización política de México, como una federación que reconoce y respeta soberanía constitucional de las entidades federativas contemplada en el capítulo primero del título segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, ha incidido en el hecho de que cada entidad gubernamental determine sus propias reglas contables, apoyados específicamente en el contenido del artículo 40 de dicha Norma que literalmente dispone: *Artículo 40. Es voluntad del pueblo mexicano constituirse en una República representativa, democrática, federal, compuesta de **Estados libres y soberanos en todo lo concerniente a su régimen interior;** pero unidos en una federación establecida según los principios de esta ley fundamental”*

El ejercicio de la soberanía de los estados, en materia de contabilidad, ha traído como consecuencia una gran diversidad de criterios en el registro de las operaciones económicas de éstos, aún y cuando se refieran a actividades idénticas, eliminando toda posibilidad de consolidación de la información financiera nacional, así como de Comparabilidad de dicha información, aún tratándose de información financiera de la misma entidad, debido a los frecuentes relevos en la administración, que a menudo toma como primer decisión la sustitución de personal y con ello el cambio de políticas en todos sentidos, incluidas las políticas contables.

La consolidación contable significa la agrupación de estados o informes financieros de dos o más entidades económicas, jurídicamente independientes, que se presentan como los de una sola entidad³.

Puesto que México, como país representa una unidad identificable entre la comunidad internacional, constituido jurídicamente por estados y municipios libres y soberanos, requiere del ejercicio de la consolidación de la información financiera de todas sus partes a efecto de tener la visión general de su situación financiera, los resultados de las actividades realizadas mediante la ejecución de los planes de gobierno integrados por programas de obras y acciones que consigan el bienestar social, así como la identificación de sus flujos de efectivo, entre otros aspectos.

La imposibilidad de consolidar la información contable nacional limita la eficacia de las decisiones que adopta el gobierno en proporción directa a la limitación de la información, orillando a los administradores de los recursos públicos a tomar decisiones necesariamente sesgadas con motivo de la falta de armonía contable nacional.

³ Contabilidad de sociedades (2002) Joaquín Moreno Fernández, página 254

Las circunstancias a que me refiero en los párrafos anteriores, han iniciado el proceso de ser superadas, desde el momento en que se incluyó en el pacto federal el convenio de que las partes que constituyen la federación llevaran su contabilidad bajo las mismas reglas, como abundaré en el apartado siguiente.

La armonización contable en México.

Además de las consideraciones comentadas hasta esta parte, el Gobierno de México recibió presiones de los organismos internacionales que le subvencionan mediante créditos, al exigirle como requisito para continuar operando, que presente información financiera *del país* y no únicamente del gobierno federal como venía ocurriendo.

Sumando a dichas presiones, los beneficios que significa disponer de información financiera nacional consolidada, se propone y acepta por la representación popular, en el ámbito nacional, incorporar en el pacto federal contenido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos las medidas necesarias para lograr, (sin violentar la soberanía estatal ni municipal), que sea obligatoria la adopción de reglas de contabilidad,

Es así que se adiciona el artículo 73 de la Carta Magna relativo a las facultades de la cámara de diputados, la fracción XXVIII en la que se dispone literalmente: *“Para expedir leyes en materia de contabilidad gubernamental que regirán la contabilidad pública y la presentación homogénea de información financiera, de ingresos y egresos, así como patrimonial, para la Federación, los estados, los municipios, el Distrito Federal y los órganos político-administrativos de sus demarcaciones territoriales, a fin de garantizar su armonización a nivel nacional”*

En ejercicio de esta nueva facultad, la Cámara de Diputados decreta la **Ley General de Contabilidad Gubernamental** estructurada como resumen a continuación:

LEY GENERAL DE CONTABILIDAD GUBERNAMENTAL			
TITULO	CAPÍTULO	CONTENIDO	ARTICULOS
PRIMERO		Objeto y definiciones de la Ley	
	Único	Disposiciones Generales	1 al 5
SEGUNDO		De la Rectoría de la Armonización Contable	
	I	Del Consejo Nacional de Armonización Contable	6 al 10
	II	Del Secretario Técnico	11
	III	Del Comité Consultivo	12 al 13
	IV	Del Procedimiento para la Emisión de Disposiciones y para el Seguimiento de su cumplimiento	14 al 15
TERCERO		De la Contabilidad Gubernamental	
	I	Del Sistema de Contabilidad Gubernamental	16 al 22
	II	Del Registro Patrimonial	23 al 32
	III	Del Registro Contable de las Operaciones	33 al 43
CUARTO		De la Información Financiera Gubernamental y la Cuenta Pública	
	I	De la Información Financiera Gubernamental	44 al 51
	II	Del Contenido de la Cuenta Pública	52 al 55
QUINTO		De las Sanciones	
	Único		56 al 57

De acuerdo con su artículo 1, el objeto de la ley General de Contabilidad Gubernamental es establecer los criterios generales que regirán la contabilidad gubernamental y la emisión de información financiera de los entes públicos, con el fin de lograr su adecuada armonización.

La misma norma dispone que su observancia es obligatoria para los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial de la Federación, los estados y el Distrito Federal; los ayuntamientos de los municipios; los órganos político administrativos de las demarcaciones territoriales del Distrito Federal; las entidades de la administración pública paraestatal, ya sean federales, estatales o municipales y los órganos autónomos federales y estatales.

Igualmente dispone la obligación de los gobiernos de los estados, de coordinarse con los gobiernos municipales para que éstos adopten sus disposiciones e igual obligación impone al gobierno del Distrito Federal con respecto de las Demarcaciones Territoriales.

De entrada, la Ley General de Contabilidad Gubernamental, en su primer artículo al disponer la obligatoriedad de *toda* entidad gubernamental de observar las disposiciones que la misma contiene, sienta las bases que harán posible la homogeneidad de la información contable.

Es de hacer notar que la ley dispone que los entes públicos deban seguir las mejores prácticas contables nacionales e internacionales en apoyo a las tareas de planeación financiera, control de recursos, análisis y *fiscalización*, dado que se recoge aquí el reconocimiento de la multifinalidad de la contabilidad gubernamental.

En los apartados siguientes de la Ley en comento se establece quienes y cómo se hará posible esa homogeneidad en la contabilidad de los gobiernos en el ámbito nacional.

Respecto de quiénes, dispone la creación del **Consejo Nacional de Armonización Contable (CONAC)**, de la misma manera que el **Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera, A.C. (CINIF)**, determina los postulados de la contabilidad en general y las Normas de Información Financiera, el CONAC trabaja sobre las normas contables y los lineamientos para la generación de información financiera que aplicarán los entes públicos.

Sobre este asunto, la ley determina que el titular de la unidad administrativa competente en materia de contabilidad gubernamental de la Secretaría de Hacienda fungirá como secretario técnico del consejo y le asigna diversas facultades que en resumen representan la elaboración y difusión de las normas de información financiera gubernamental y la previsión de todos los aspectos de organización que permitan el funcionamiento del CONAC.

Más adelante la Ley establece que el CONAC, en el ejercicio de sus atribuciones, escuchará las propuestas de un Comité Consultivo del que forman parte representantes de las entidades federativas, de los municipios, de las autoridades fiscalizadoras, del Instituto para el Desarrollo de las Haciendas Públicas y de la Profesión Contable Organizada.

La forma como se dispone la integración del Comité Consultivo, garantiza la participación de los principales interesados en la contabilidad gubernamental; en algunos casos por tratarse de los responsables de la misma y en otros por ser personas especializadas en materia contable.

En materia del cómo se logrará la armonización contable nacional, la Ley dedica el capítulo IV a ello; en el mismo atribuye al CONAC y a su Secretario Técnico, la responsabilidad de detectar las necesidades de regulación contable del gobierno en cuyo caso éste último deberá elaborar el proyecto a proponer para la emisión de nuevas normas o bien la modificación de las existentes.

Elaborado el proyecto debe someterse a consideración del Comité Técnico, cuando éste lo apruebe se pondrá a consideración del CONAC para su aprobación.

En tanto se definen las nuevas normas contables necesarias o las adecuaciones a las existentes, conforme a derecho la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, previa consulta con la Secretaría de la Función Pública

Respecto al sistema de contabilidad gubernamental, se dispone que éste, registrará de manera armónica, delimitada y específica las operaciones presupuestarias y contables derivadas de la gestión pública, así como otros flujos económicos. Asimismo, generará estados financieros, confiables, oportunos, comprensibles, periódicos y comparables, los cuales serán expresados en términos monetarios. Y precisa que cada ente público será responsable de su contabilidad, de la operación del sistema; así como del cumplimiento de lo dispuesto por esta Ley y las decisiones que emita el consejo.

El sistema de Contabilidad de cada ente público debe:

- Reflejar la aplicación de los principios, normas contables generales y específicas e instrumentos que establezca el consejo.
- Facilitar el reconocimiento de las operaciones de ingresos, gastos, activos, pasivos y patrimoniales de los entes públicos.
- Integrar en forma automática el ejercicio presupuestario con la operación contable, a partir de la utilización del gasto devengado.
- Permitir que los registros se efectúen considerando la base acumulativa para la integración de la información presupuestaria y contable.
- Reflejar un registro congruente y ordenado de cada operación que genere derechos y obligaciones derivados de la gestión económico-financiera de los entes públicos.
- Generar, en tiempo real, estados financieros, de ejecución presupuestaria y otra información que coadyuve a la toma de decisiones, a la transparencia, a la programación con base en resultados, a la evaluación y a la rendición de cuentas.
- Facilitar el registro y control de los inventarios de los bienes muebles e inmuebles de los entes públicos.

Uno de los cambios más notorios de la contabilidad gubernamental con respecto a las prácticas anteriores a la entrada en vigor de la Ley General de Contabilidad Gubernamental, es la capitalización contable del gasto de inversión, así como el reconocimiento de la pérdida de valor de estos activos con motivo del uso y/o del transcurso del tiempo.

Se dispone la diferenciación contable de los bienes que por su naturaleza, sean inalienables, e imprescriptibles de los demás bienes, tales como los monumentos arqueológicos, artísticos e históricos. Se exceptúa de registro a los bienes de uso común a que se refiere la Ley General de Bienes Nacionales.

Se establece la obligación de levantar inventario físico de bienes que se concilie con los registros contables y que en lo sucesivo, se dispone de 30 días hábiles para que queden registradas las adquisiciones de bienes muebles e inmuebles, así mismo, el inventario debe publicarse en internet, dicha publicación deberá ser actualizado al menos semestralmente. Únicamente se exceptúa de la obligación de la publicación de los inventarios en internet, a los municipios que no dispongan del servicio, sin embargo deberán hacerlo en algún otro medio a condición de que el mismo sea de acceso público.

Otras normas específicas, relativas al registro de bienes patrimoniales se refieren al registro de las obras en proceso, que deberán reflejar el grado de avance en forma objetiva y comprobable.

La normativa relativa al registro contable de las operaciones recogen básicamente las normas de información financiera y las disposiciones fiscales relativas a esta materia.

En cuanto a la información financiera que deberá producir la contabilidad gubernamental, se dispone lo siguiente:

Información contable: Estado de situación financiera; Estado de variación en la hacienda pública; Estado de cambios en la situación financiera; Informes sobre pasivos contingentes; Notas a los estados financieros; Estado analítico del activo; Estado analítico de la deuda y otros pasivos, del cual se derivarán las siguientes clasificaciones: de corto y largo plazo, así como por su origen en interna y externa; por Fuentes de financiamiento; por moneda de contratación, y por país acreedor

Información presupuestaria: Estado analítico de ingresos, del que se derivará la presentación en clasificación económica por fuente de financiamiento y concepto; Estado analítico del ejercicio del presupuesto de egresos del que se derivarán las siguientes clasificaciones: Administrativa; Económica y por objeto del gasto, y Funcional-programática; además, otro informe presupuestario que presente el Endeudamiento neto, financiamiento menos amortización, del que derivará la clasificación por su origen en interno y externo; otro que presente el Intereses de la deuda; y el de flujo de fondos que resuma todas las operaciones y los indicadores de la postura fiscal;

Información programática: Gasto por categoría programática; Programas y proyectos de inversión; Indicadores de resultados, y La información complementaria para generar las cuentas nacionales y atender otros requerimientos provenientes de organismos internacionales de los que México es miembro.

La Ley General de Contabilidad Gubernamental, al referirse al la cuenta pública, menciona que debe provenir de la contabilidad del ente y que como mínimo deberá integrarse con:

- La información contable presupuestaria y programática antes descrita.
- El análisis cualitativo de los indicadores de la postura fiscal, estableciendo su vínculo con los objetivos y prioridades definidas en la materia, en el programa económico anual, considerando: Ingresos presupuestarios; Gastos presupuestarios; Postura Fiscal; y Deuda pública
- La información contable y presupuestaria, organizada por dependencia y entidad

La información presupuestaria y programática que forme parte de la cuenta pública debe relacionarse, en lo conducente, con los objetivos y prioridades de la planeación del desarrollo, incluir los resultados de la evaluación del desempeño de los programas federales, de las entidades federativas, municipales y de las demarcaciones territoriales del Distrito Federal, respectivamente, así como los vinculados al ejercicio de los recursos federales que les hayan sido transferidos, para lo cual deberán utilizar indicadores que permitan determinar el cumplimiento de las metas y objetivos de cada uno de los programas, así como vincular los mismos con la planeación del desarrollo.

Las cuentas públicas de los municipios y de los órganos político administrativos de las demarcaciones territoriales del Distrito Federal deberán contener, como mínimo, la información contable y presupuestaria

Toda ley que establezca obligaciones, debe prever los casos que se consideren violaciones a la misma así como las sanciones correspondientes, sin lo cual sería incompleta; en el caso de la Ley General de Contabilidad Gubernamental, se cumple con este principio y dispone que cualquier incumplimiento de las normas que ella contiene serán sancionadas conforma las leyes federal y locales de responsabilidad de los servidores públicos.

Como se puede apreciar de los comentarios a la ley realizados hasta ahora, se trata de un cambio trascendental en materia de contabilidad en el gobierno, que resultaría inoperante si se pretendiera ejecutar en un solo momento, seguramente en consideración a ello los artículos transitorios establecieron los plazos siguientes:

ACCIONES	PLAZO
Contabilización conforme a postulados básicos aprobados	30/abr./2010
Adecuación de documentos técnico contable propios a los aprobados por el CONAC	31 /dic./2010
Emitir información contable, presupuestaria y programática de acuerdo a la Ley General de Contabilidad Gubernamental	01/ene./2012
Operar en tiempo real con Sistema Integrado de Información Financiera con características de la LGCG (Entidades Autónomas Estatales)	1/ene./2013
Cuenta Pública a presentar con características de la LGCG	Ejercicio 2012

El plazo para que los municipios presenten su cuenta pública conforme a las nuevas normas se prorroga por un año más, es decir hasta la cuenta correspondiente al año 2013.

A efecto de avanzar oportunamente en el cumplimiento de las disposiciones contenidas en la Ley General de Contabilidad Gubernamental, el CONAC, debidamente constituido ha emitido los documentos básicos que presento a continuación:

Marco conceptual	Adecuaciones al clasificador por objeto gasto
Postulados básicos	Registro y valoración del patrimonio
Momentos contables del egreso	Finalidad, función y sub función del gasto
Clasificador por objeto del gasto	Forma y términos de orientación del desarrollo
Clasificador por rubros de ingresos	del análisis de componentes de las Finanzas
Plan de cuentas	Públicas respecto del plan de desarrollo
Momentos contables de los ingresos	Clasificación Administrativa
Emisión de Información financiera	Clasificación económica ingreso-gasto
Clasificador por tipo de gasto	Lineamientos mínimos sobre libros diario, mayor e inventarios y balances
Clasificador funcional del gasto	Manual de contabilidad (en 10 documentos)

El consejo para la Armonización Contable, ha elaborado aprobado y publicado los documentos relacionados, referidos al ámbito de gobierno federal y tal como quedó comentado, la ley dispone que los mismos sean adecuados a sus necesidades y características por las entidades federativas y los municipios con la guía de los primeros.

Por razones de espacio no es posible incorporar en este trabajo los comentarios a los documentos técnicos relativos a la contabilidad gubernamental, por lo que me limito a recomendar su consulta en la página web www.conac.gob.mx en la que podrá conocer también el avance de cumplimiento de las obligaciones por parte de las entidades federativas.

Conclusiones

El gobierno, como toda entidad económica, ha llevado contabilidad; en México, basados en la soberanía de las entidades federativas, consagrada en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, cada ente público la ha venido llevando con criterios muy particulares, conforme lo decidían las autoridades en turno, limitando toda posibilidad de consolidación de la información financiera nacional.

El reconocimiento de que la consolidación contable proporciona la visión integral de las finanzas públicas nacionales, que permite tomar decisiones mejor fundadas por tener posibilidad de identificar actividades económicas en decremento o en crecimiento, necesidades sociales y otros aspectos que afectan las decisiones que debe tomar el gobierno con el fin de cumplir su objetivo primordial de procurar el bien común, llevó a los responsables de la administración pública a modificar la Carta Magna, para permitir regular la contabilidad gubernamental y lograr armonizarla.

La homogenización de las reglas contables en el gobierno, propicia la comparabilidad de la información de las entidades gubernamentales, lo que permite evaluar bajo los mismos parámetros, la actuación de las diferentes autoridades administradoras de los recursos públicos. Esto último, seguramente tendrá efectos de transparencia en la administración pública, considerando que el uso

obligatorio de los mismos criterios y las mismas políticas contables inhibe la posibilidad de manipular la información financiera aduciendo criterios especiales.

El proceso de armonizar la contabilidad gubernamental, se previó en la ley de la materia para iniciar en 2009 y concluir en 2013.

Referencias Bibliográficas.

Libros:

Consejo Mexicano para para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera (CINIF) (2006) Normas de Información Financiera, México, Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

Sastrías F. Marcos, (1975) Contabilidad I, México, Editorial Esfinge, S.A.

Moreno Fernández Joaquín (2002) Contabilidad de Sociedades. México: Compañía Editorial Continental.

Castro Vázquez Raúl (2002) Contabilidad Gubernamental; México: IMCP

Cámara de Diputados del HCongreso de la Unión (2008) Ley General de Contabilidad Gubernamental; México: Diario Oficial de la Federación

Capítulo de libro

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (julio-2010) “De la Soberanía Nacional y de la Forma de Gobierno” en la Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos. México

LOS SISTEMAS DE COSTOS UNA HERRAMIENTA DE INFORMACIÓN PARA LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS MANUFACTURERAS QUE SERÁ PRESENTADO EN EL SEGUNDO CONGRESO INTERNACIONAL DE LA FCCA DE LA UMSNH

María Concepción Rodríguez Mercado cony_rome@hotmail.com Universidad Autónoma del Estado de México. Centro Universitario UAEM Amecameca.

Esperanza Coterá Regalado peracotera@hotmail.com Universidad Autónoma del Estado de México. Centro Universitario UAEM. Valle de Chalco

Miguel Zavala López zavalop@hotmail.com Universidad Autónoma del Estado de México. Preparatoria “Sor Juana Inés De la Cruz” Amecameca.

Resumen:

Las pequeñas y medianas empresas (PIMES) tienen un papel relevante dentro de una economía estable, por lo tanto deben de generar estrategias que les permitan ser competitivas, un aspecto importante es contar con un sistema de costos que les proporcione información relevante para una adecuada toma de decisiones. A partir de una adecuada integración de los elementos del sistema de costos (métodos, técnicas y métodos) se puede tener la certeza de contar con información oportuna, veraz y confiable.

Palabras clave: PYMES, Sistema de costos, Contabilidad del Costos, Competitividad, Toma de Decisiones

Abstract

The small and medium enterprises (SME) have a role outstanding within a stable economy. So, therefore, generate the must develop strategies that allow them to be competitive and important aspect to have a cost system that provide relevant information for a proper decision. From proper integration of the elements of the systems of costs (methods, techniques and methods) can be assured of having timely information, truthful and reliable

Key words: SME Cost of System, Cost Accounting, Competitiveness, Decision-making.

Introducción.

La pequeña y mediana empresa (PYME) ha jugado un papel relevante en el desarrollo de cualquier economía. En nuestro país ha contribuido al crecimiento económico, dándonos valiosa información, sobre la actividad económica, la tasa de ocupación, y grado de desarrollo tecnológico con que cuenta la infraestructura de la nación. En gran parte de las economías actuales las PYMES, desempeñan un papel preponderante pues concentran un alto índice del empleo total del país, datos del Instituto de Geografía Informática y Estadística (INEGI) revelan que el 99.8% de la producción total se genera a través de las mismas, además de una alta participación de empleo(INEGI. 2001).

La complejidad de tipos de PIMES es variada y puede identificarse de la siguiente manera: las comerciales, las manufactureras y las de servicio. Las comerciales son aquellas que compran productos para revenderlos posteriormente, entre ellas podemos encontrar a las mayoristas y los minoristas, las primeras son las que les venden a otras empresas y los minoristas les venden directamente a los consumidores.

Las manufactureras son aquellas que utilizan los elementos del costo: materia prima, mano de obra y costos indirectos para integrar la inversión de transformar esto en artículos terminados, vendiendo estos a las empresas comerciales o a otros fabricantes.

Las empresas de servicios ofrecen a sus clientes satisfactores de diversa índole que les permite obtener comodidad, libertad de tránsito, seguridad o confort. Entre los servicios que ofrecen podemos identificar a los siguientes: transporte, atención médica, servicios financieros, servicios personales entre otros.

Cada una de las empresas mencionadas debería hacer uso de la administración de costos, debido a que proporciona información valiosa que se utiliza según el tipo de empresa a que se refiera en el caso de las empresas manufactureras les ofrece información relevante sobre la inversión realizada en el costo de producción. Las comerciales para manejar los costos de los inventarios y finalmente las de servicios para identificar los servicios más rentables y los costos de los servicios, para fines de esta investigación se ubicaran dentro de las empresas manufactureras

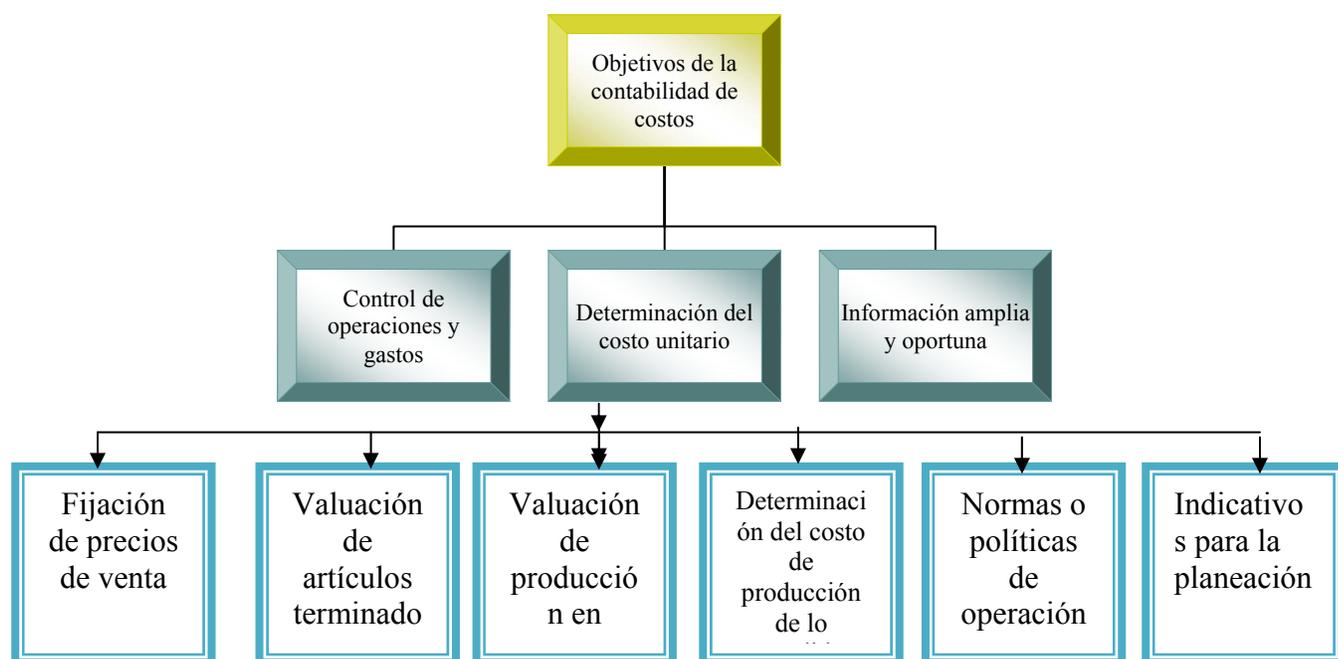
Entorno contemporáneo

Son diversos y muy variados los cambios que se han presentado en la actualidad; y que han ocasionado evoluciones en la práctica de los sistemas de costos, debido a cambios en la forma de producir por la inclusión de la tecnología en los procesos productivos, la creciente competitividad en cualquier área empresarial, los adelantos notables en la información y la tecnología implicada en ello, nuevos enfoques de la organización administrativa, además de los cambios en el entorno social, económico y político.

Un acontecimiento relevantes de los cambios es la expansión de los mercados y el creciente intercambio internacional, afectando a los diferentes involucrados (productores de distinta índole, consumidores y autoridades reguladoras) debido a la dependencia e interdependencia de otros países. los tratados comerciales, así como la formación de bloques económicos estratégicos, señalan las altas posibilidades de crecimiento así como la rentabilidad que se encuentra en estos mercados globales (Blocher, Stout, Cokins y Chen.2008).

La Contabilidad de Costos

Es una área de la contabilidad general que comprende la sistematización, valuación, procesamiento, información y evaluación de los costos de producción (Del Río 2003) otra conceptualización es la de la Hansen citado por Calleja (2001) que identifica a la contabilidad de costos como un híbrido de la contabilidad financiera y la contabilidad administrativa, que nos ofrece información sobre la forma en que se pueden usar los costos de una compañía, con fines internos y externos. Cuando se emplea con fines de la contabilidad financiera, se miden los costos de producción y de ventas de acuerdo a las Normas de Información Financiera (NIFs), cuando se aplican internamente brindan las bases para la planeación, control y toma de decisiones. Asimismo sintetiza y registra los costos de los centros fabriles, de servicios y comerciales de una empresa con el fin de que puedan medirse, controlarse e interpretarse los resultados de cada uno de ellos a través de la obtención de costos unitarios y totales en progresivos grados de análisis y corrección. Sus principales propósitos son: contribuir al control de las operaciones y facilitar la toma de decisiones. Por tanto, ella no constituye un fin en sí misma, sino un medio para planear y conducir adecuadamente los negocios, operándolos a niveles que brinden una adecuada rentabilidad.



Lamina 1. Fuente: elaboración propia con base en Del Rio (2003)

1. Control de operaciones y de gastos

El tener implantada una contabilidad correcta de costos, trae consigo, para su realización, un control adecuado de las operaciones efectuadas, lo cual redundará en mejoras, aumento de eficiencia, que obviamente se traducen en reducción de gastos, tanto de costo de producción como de distribución y administración.

2. Información amplia y oportuna

Las operaciones y costos controlados suministran información para realizar tomas de decisiones que redundan en el mejor aprovechamiento de sus bienes y recursos, para efectuar estudios, para la consecución de cualquiera de los aspectos referentes al control y minimización de costos. Los costos reflejan su valor en relación a la utilidad con base en los datos suministrados, y en la medida que los directivos hagan uso de esa información, de ahí que el contador de costos deba atender con cuidado los informes, mismos que deben ser precisos, puntuales, claros y bien presentados.

3. Determinación del costo unitario

Puede decirse que el principal objetivo de los costos es la determinación del costo unitario, que es donde se desprende la gran gama de toma de decisiones, como pueden ser la reducción del costo, que trae consigo la información amplia y oportuna, control de las operaciones y de los gastos. Igualmente, una vez determinado el costo unitario se pueden fijar precios de venta, valuación de productos terminados, en proceso, determinando el costo de producción de lo vendido; también ayuda a las políticas de operación de acuerdo con el mercado, y el aspecto financiero y de expansión, así como la base para la planeación y control presupuestal.

Una vez determinado el costo unitario se pueden tomar decisiones, sobre hacer o comprar, para fijar normas o políticas de explotación, de operación, como pueden ser:

- a. La determinación del punto de equilibrio económico.
- b. El aprovechamiento de la capacidad productiva por tipo de artículos o líneas, o

- c. bien dejar de producir.
- d. Decidir sobre cerrar la fábrica o seguir operando.
- e. Decidir si determinadas piezas es preferible comprarlas o fabricarlas.

Puede decirse que las cifras de costos, desarrolladas sobre bases sólidas y cumpliendo con sus objetivos, habrán de reflejarse en una utilidad efectiva.

Los sistemas de costos como enfoque estratégico

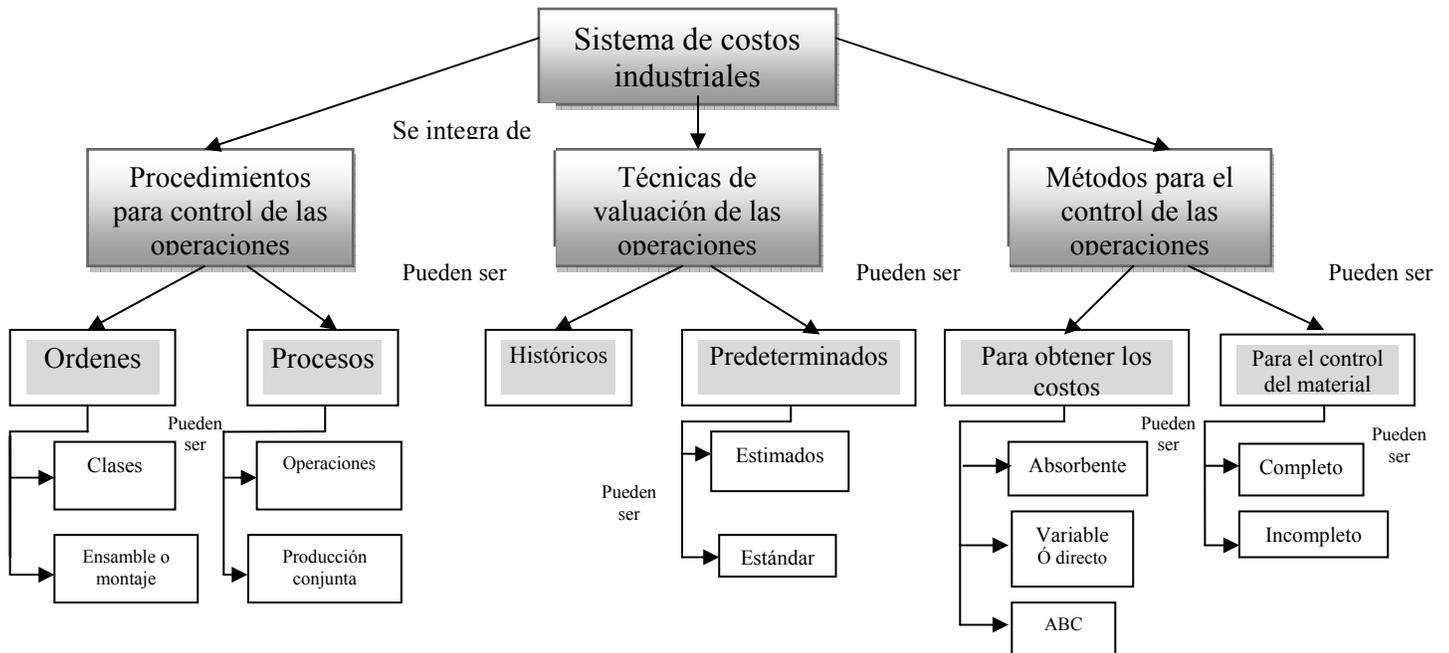
La empresa industrial que quiere ser competitiva debe considerar incluir prácticas y cambios dentro de la organización, que le permitan obtener información suficiente y veraz para prever con oportunidad los efectos de los cambios de distinto orden que genere un pensamiento estratégico. Por otro lado las empresas pueden incrementar el volumen de sus utilidades si generan informes valiosos emanados desde la contabilidad de costos, tomando en consideración tres aspectos:

- Determinar cuanto es lo que se está percibiendo o por lo contrario lo que se está dejando de percibir.
- Evaluar el grado de cumplimiento de cada función y departamento de la empresa.
- Controlar los elementos que integran el costo del producto.

Esto permite comparar entre lo ejercido en el periodo y lo presupuestado, dentro de un lapso determinado.

Es importante el número de empresas PIMES que marchan a la deriva, debido a que no saben si están ganando o perdiendo dinero. No es hasta cuando los flujos de efectivo escasean, cuando la necesidad de información es apremiante para justificar la situación económica de la empresa. Como se puede analizar existe entradas, un proceso y una salida. Si se considera entonces que en una empresa industrial se procesa materia prima para convertirla en artículos terminado, dando esto un entorno al sistema de manufactura, que requiere entonces de una serie de informes que se almacenan, procesan e interpretan, para disminuir la incertidumbre en la toma de decisiones, entonces también se hace referencia a un sistema de información de costeo. Aunque lo anteriormente mencionado debería ser evidente para los empresarios industriales, pues un flujo sano de información resolverá los potenciales problemas.

De manera se puede señalar, que considerar la implantación de un sistema de costos dentro de las PYMES puede aportar múltiples ventajas Murdick (2000) define que el sistema es una serie de elementos que forman una actividad, un procedimiento o plan de en busca de una meta común, mediante la manipulación de datos, energía o materia, en una referencia de tiempo, para proporcionar información, energía o materia. Para Hansen (2003) el sistema es un conjunto de partes interrelacionadas que desempeña uno o más procesos para lograr objetivos específicos. Según Cristóbal de Rio (2003) un sistema de información de costos debe contener 1. *Procedimientos*. Considerados como aquellos que tienen una secuencia lógica y ordenada para llevar a cabo algo. 2. *Técnicas*. Son el medio para aplicar aspectos específicos a lo práctico y 3. *Métodos*. Que contiene el conjunto de reglas que se deben Existen diferentes tipos de sistemas según el área del conocimiento que se aborde, pero si se considera el ámbito de los costos se pueden identificar los siguientes:



Cuando se trata de procedimientos del sistema contador puede optar por implementar un **sistema de órdenes de producción o de procesos productivos**, mismo que se erigirá dependiendo de las características del producto, esto debido a que cuando surgió la producción en masa, mismo que permito un incremento de los niveles de producción pero también se alejo de los requerimientos de los clientes y se enfoco a los del mercado, bien este es el sistema de costeo por procesos productivos. Sin embargo existen algunos giros industriales que esto no posible de aplicar debido a los bajos niveles de producción, como la industria automotriz de autos exclusivos en donde los requerimientos de los clientes serán satisfechos según la capacidad económica de los mismos. El siguiente cuadro muestra las principales característica de los estos sistemas (Barfield, Raiborn y Kinney.2005).

Características	
Ordenes de producción	Procesos productivos
Producción por lotes	Producción continua
Producción sobre pedido	Sin que existan pedidos
Producción variada	Producción estandarizada
Condiciones de producción flexible	Condiciones de producción rígida
Control analítico	Control global
Proceso más costoso administrativamente	Proceso más económico administrativamente

Fuente: Elaboración propia con base en Torres (2004)

Características de producción de los procesos productivos.

1) **de acuerdo a su continuidad en:**

- ❖ Intermitente.
- ❖ Serie.
- ❖ Continuo.

2) **Según su fluidez**

- ✦ Lineal (secuencial).
- ✦ Paralelo.
- ✦ Selectivo.

Procesos intermitentes:

- Generan gran variedad de productos.
- Son de bajo volumen cada uno.
- Pueden realizarse por pedidos o proyectos únicos de gran escala. Cada pedido. Cada pedido tiene su propia secuencia y tiempo de tratamiento, demoras; y especificaciones.
- Son de alta flexibilidad.
- Pueden ser interrumpidos sin causar daño a las maquinarias o materias primas transformadas.

El sistema de costeo por órdenes de producción es una herramienta útil para obtener información financiera para industrias que trabajan con necesidades específicas, iniciando con la satisfacción de las necesidades del cliente, tal es el caso de las empresas constructora, mueblerías entre otras. Las empresas que pretendan implementar este sistema, deben de producir por medio de órdenes específicas de trabajo.

Se debe de considerar elaborar una hoja de costos por cada orden de producción que permita el control del costo de cada orden.

En cuanto al sistema de procesos productivos se identifica porque se aplica en aquellas empresas industriales en donde el producto pasa por varias etapas durante su manufactura, como ya se señaló la producción es seriada, pues se fabrican unidades idénticas. Por lo que los costos de los productos son iguales, así mismo puede ser que las unidades pasen por todos los productos y otros no. En este sistema existe una sola y gran producción masiva que requiere del uso de subcuentas en los elementos del costo, para un mejor control.

La técnica del sistema de costos incluye a los **sistemas de costos históricos y los costos predeterminados**. Cualquiera que sea es costeo seleccionado (por órdenes, procesos u operaciones, variable o absorbente), debe responder al momento en que se calculan los costos, de acuerdo al grado de control deseado por la gerencia de la empresa, definiéndose así los sistemas:

- a. Históricos.
- b. Predeterminados

Los costos históricos. Dichos costos son aquellos que acumulan los elementos del costo normalmente materia prima, mano de obra y costos indirectos al costo de producción de un producto. La forma de hacerlo es sumando lo que se eroga por cada elemento es decir lo efectivamente pagado. Calleja citando a Hansen (2003) dice que el costo real utiliza costos reales de los materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos para la determinación del costo, costo real nos ofrece exactitud, pero no oportunidad. Es esta característica precisamente la inconveniencia más grande de este método, obligando a los industriales que optan por el calcular, un precio de ventas a ciegas, arriesgándose a no obtener el margen de ganancia deseado.

Los costos predeterminados. Son aquellos que se calculan antes de que inicie el periodo y se dividen en estimados y estándar. *Los costos estimados* son aquellos costos que se calculan sobre bases empíricas (conocimientos o experiencia sobre el ramo) que tiene como objeto pronosticar la cantidad de elementos del costos se incurrirá para la producción de los artículos, en un inicio tuvo como finalidad entregar de manera anticipada la cotización al cliente, posteriormente se pudo tomar como base de valuar la producción vendida, terminada y la inacabada, además de apoyar al control interno de la producción. En términos contables se puede decir que los costos estimados y los reales no coinciden, lo que hace necesario realizar ajustes, y en este sentido los estimados se ajustaran a los contos reales o históricos (Del Río. 2003).

Los costos estándar. Son los que se calculan antes del periodo y de manera anticipada se sabe el valor de la inversión en los tres elementos del costo, lo mismo que los costos estimados, sin embargo la base de cálculos del costo unitario tiene bases científicas, matemáticas, que se realizan previos a las operaciones, lo que los hace más exactos en el cálculo. Aunque se pudiera pensar que costos estimados y estándar son parecidos, los costos estimados tiene la finalidad de adelantar el cálculo del costo de manera razonable, y se sabe que se tendrán que corregir cuando se lleve a cabo la comparación con los históricos, por otra parte los estándar tienen la intención de llevar a cabo un cálculo exacto; además de servir de normatividad en la producción por lo tanto se entiende que no serán corregidos al compararse con el costo real.

Al llevar a cabo el uso de un costo estándar se da por sentado que debe de utilizarse un costo unitario estándar (que tiene bases presupuestadas) mismo que llevará a tomar dos tipos de decisiones; la primera que cantidad de insumo, o mano de obra implica la producción de cada producto; la segunda qué precio deberá de pagarse por esa cantidad, la primer decisión genera un estándar de cantidad y la segunda un estándar de precio. Son adecuados cuando la producción es de carácter repetitivo, cuyos trabajos o productos son homogéneos, en cuanto a características y tratamiento, porque en estos sistemas de costeo se debe calcular costos estándares por cada producto elaborado, por cada elemento del costo de producción y por cada fase u operación realizada. la técnica por lo tanto de los estándares es más avanzada, ya que mide la eficiencia de la mano de obra en comparación con lo precisamente calculado.

Un aspecto importante para controlar el costos unitario es contar con la hoja de costos estándar, que auxilia para integrar en un solo informe las cantidades y los precios estándar de los elementos del costo de producción unitario, representando entonces *“lo que debe costar”* el producto elaborado (Calleja. 2003).

La característica anterior hace a los sistemas de costeo estándares compatibles con los sistemas de costeo por procesos productivos, eliminando las complejidades de valoración de los inventarios iniciales de productos en proceso por la utilización de los métodos promedios ponderados.

Partiendo de los sistemas de costeo predeterminados son utilizados como instrumento de planificación y control, facilitando el uso de presupuestos, una empresa con propósito de cosecha (**maximización de ganancias y efectivo en el corto plazo, explotando un mercado de bajo crecimiento, donde se tiene alta participación**) puede evaluar su desempeño mediante el uso de sistema de costeo predeterminado, porque el nivel de incertidumbre al planificar es moderado, al trabajar en mercados estables con productos, tecnologías, competidores y clientes conocidos.

Diferencias.

Costos Estimados:		Costos Estándar:
<ul style="list-style-type: none"> ★ Se calculan sobre el conocimiento y experiencia de la industria(empírica) ★ Pronostica el valor de los insumos en se incurrirá para producir un artículo. ★ Se calculan antes o durante la producción del artículo. ★ Se deben de ajustarse a los costos históricos. 		<ul style="list-style-type: none"> ★ Se calculan con base en la eficiencia del trabajo normal de una empresa (método científico). ★ Indican los que debe costar un artículo. ★ Se calculan antes de elaborar el producto. ★ Los costos históricos se ajustan a los estándares.

Métodos para obtener el costo de producción

Costeo absorbente

Se integra con todas aquellas erogaciones directas y los gastos indirectos que se consideren fueron incurridos en el proceso productivo, por lo tanto el costo de producción se integrara de dos elementos directos y uno indirecto.

Elementos:

- a) Materia prima,
- b) Mano de obra y
- c) Gastos directos e indirectos de fabricación

Costeo directo o variable.

El costeo directo cuyo nombre correcto es variable según Cristóbal del Río (2003) tiene también la acepción de costeo marginal, es método de costos basado en principios económicos que analiza el efecto de los costos fijos y variables, en los costos unitarios y su relación con los volúmenes de producción. Es decir la integración de los costos de producción por medio de costeo directo, se considera solamente la parte variable del costo.

Elementos:

- a) Materia prima consumida directa.
- b) Mano de obra directa
- c) Gastos de fabricación directos o variables *

***Varían en relación a los volúmenes producidos**

Efectos sobre los estados financieros. En cuanto a los Estados Financieros, el efecto es el siguiente:

1. En caso del Balance los inventarios aparecerán valuados a un costo menor de lo que aparecen en el costeo absorbente.
2. En el caso del Estado de Resultados, el principal efecto al cambiar de tradicional a variable es que se presentaran menos utilidades, ya que se habrán cargado a gastos importes que tradicionalmente se presentaban en el Balance, a continuación se presenta una comparativa entre un Estado de Resultados absorbente y otro Variable o Directo

Diferencias al presentar el Estado de Resultados.

	Costeo directo.	Costeo Absorbente.
Utilidad de operación.	Ventas. (-) Costo variable de: Producción Venta. (=) Contribución marginal (-) Costos fijos de : Producción. Venta. (=) Utilidad de Operación.	Ventas. (-) Costo de Venta. (=) Utilidad Bruta. (-) Gastos de operación: Gastos de venta. Gastos de administración. (=) Utilidad de Operación.

Elaboración propia con base en C-4 (IMCP.2008)

Como se puede observar las modificaciones más importantes son las siguientes:

- Se debe cambiar el nombre de utilidad bruta a utilidad marginal.
- El considerar que el costo de ventas cambia a costo variable (por contener precisamente la parte variable de los elementos del costo).
- Se agrega la parte fija de los costos tanto la productiva como la operativa.

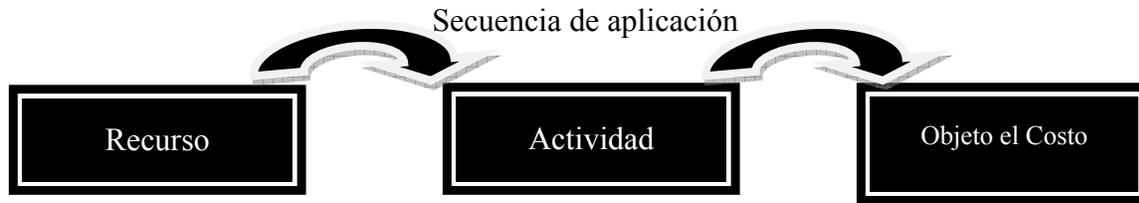
Costeo basado en actividades (ABC). Es un sistema de costos que parte de la diferencia entre los costos directos y los costos indirectos, relacionando los últimos con las actividades que se realizan en la empresa. Las actividades se plantean de tal forma que los costos indirectos aparecen como directos en las actividades consumidas por los objetos del costo, donde se trasladan a los productos (objetos del costo). Según la cantidad de actividades, que se consideran añaden valor a los productos. Un aspecto que es relevante en este sistema es la asignación de los costos indirectos, pues a diferencia de los costos indirectos, fácilmente identificables dentro de los productos, los indirectos deben de ser asignados a los mismos mediante la técnica del prorrateo (base de la cual se parte para asignar criterios de aplicación contable de los costos indirectos).

Tradicionalmente el criterio de asignación se basaba en la mano de obra, esto debido al alto índice de participación de este elemento en el procesamiento de las mercancías, actualmente ha sido rebasado por la dinámica que prevalece al día de hoy, surgiendo con ello el costeo por actividades, este método distribuye entre las actividades para después de asignarlos a los productos o servicios, basados en el consumo de dichas actividades.

Los conductores de actividad es un hecho que hace que la actividad se genere y en consecuencia afecta al costo relacionado con este.

Pasos para aplicar el costeo por actividades.

- **Análisis de actividades.** Es la identificación de las actividades cruciales en el proceso de producción o generación del servicio, a su vez se desglosa en dos fases.
 - Se identifican las actividades que agregan valor al proceso productivo y se separan del resto de las demás.
 - Actividades que se deben eliminar. Son aquellas que no agregan valor al proceso y que no se consideraran posteriormente, como es: almacenamiento, movimiento de lugar dentro de la planta y los tiempos de espera para iniciar procesos de producción
- **Se integraran los centros de costos,** refiriéndose a la acumulación de costos que tengan características similares
 - Una vez definidos estos centros de costos, se definirá los conductores de recursos, es decir definir los criterios para su aplicación en cada una de las actividades.
 - Calcular las tasa para distribuir los costos en los centros de actividad.
 - Distribuir los costos en los centros de actividad.
- **Asignación de los objetos de costos.** En esta fase se integran los centros de costo para distribuirlos a los objetos de costo, haciéndose necesario lo siguiente:
 - Determinar la base de asignación para repartir el costo de las actividades asignados a los centros de costo es decir un conductor de la actividad
 - Calcular las tasas de asignación para aplicar el costo a las actividades



Fuente: Torres (2003).

Dentro de los métodos además de establecer los criterios para integrar el costo, se considera como se habrá de controlar las mercancías y en este sentido, se debe de enlazar con el sistema contable que se esté llevando, en este sentido se elegirá entre un sistema completo y uno incompleto.

Método incompleto. Se dice que existe un método incompleto cuando a través de la contabilidad respectiva, no es posible llegar a determinar el costo unitario correctamente, concretándose la empresa a emplear una serie de cuentas que acumulan los elementos del costo, necesitándose al finalizar el ejercicio un recuento físico de los inventarios, que corrobore la existencia de los artículos, materias primas y productos en proceso o inacabados. Calculándose entonces de manera global par un determinado periodo, desconociéndose el costo de los materiales utilizados para la producción de un artículo, sobre todo si existen distintas líneas y clases de productos. En este método se utiliza el sistema de valuación de mercancías de analítico o pormenorizado.

Método completo. Cuando una empresa utiliza este método de control de mercancías controla de manera adecuada los inventarios, sin tener que recurrir al conteo físico, que necesariamente supone una paralización del centro de trabajo. En el caso de este método se enlaza en la parte contable con un sistema de valuación de las mercancías de inventarios perpetuos.

Conclusiones

La pequeñas y medianas empresas deben de considerar que un sistema de control de costos adecuado es un excelente medio de información, que no suple pero si complementa de manera importante a la contabilidad financiera.

Los sistemas de costos debe de ser considerado parte de la planeación estratégica debido que de ella se generan importación relevante para la toma de decisiones, así como aporta un control eficiente para el cálculo de un costo unitario eficiente que contribuye a mantener una ventaja competitiva

Cada sistema de costos determina características que apostan ventajas y desventajas según el enfoque que se desee obtener.

No hay un sistema de costos único para todas la PYMES, pero si hay un tipo de sistema de costos adecuado a la necesidad de cada PYME, para ellos se debe de considerar que existen expertos en la materia que los pueden asesorar para encontrar el que más se adecue a las actividad que desempeñen, que garantice la eficiencia y operatividad de la empresa.

Para integrar de manera adecuada un sistema de costos es necesario elegir una conjunción adecuada de métodos, técnicas y procedimientos que se ajuste a las necesidades, procesamiento de los productos, integración del costo de producción y control de los inventarios

Referencias Bibliográficas

Libros:

Barfiel, Jesse T, Raiborn Cecily A y Kinney Michael R. (2005). Contabilidad de costos: tradiciones e innovaciones. Editorial Thomson. Quinta Edición. México.

Blocher, J. Edward. Stout, David E. Cokins, Gary. Chen, Kung H.(2008). Administración de Costos, un enfoque estratégico. Editorial Mc Graw Hill Interamericana. Edición Cuarta. México.

Calleja Bernal, Francisco Javier. (2001). Contabilidad de costos. Editorial Pearson Educación. Primera Edición. México.

Del Río González, Cristóbal. (2004). Costos I, Introducción al Estudio de la Contabilidad de Costos y Control de Costos Industriales. Editorial Thomson. Vigésima Primera Edición. México.

Hansen, Don R. Mowen, Maryanne M. (2003). Administración de costos: contabilidad y control. Thomson Editores. Tercera Edición. México.

Instituto Mexicano de Contadores Públicos (IMPC). (2008). Normas de Información Financiera. Editorial IMPC. México.

Murdick, Robert G y Ross, Joel e. () Sistemas de información basados para administración moderna

Torres Salinas, Aldo. (2004). Contabilidad de costos. Analisis para la toma de decisiones. Editorial Mc Graw Hill. Segunda Edición. México.

Instituto de Geografía Estadística e Informática INEGI (2001) Censos económicos

LA FLEXIBILIDAD DE LOS MÉTODOS DE COSTOS CONJUNTOS, UNA ALTERNATIVA VIABLE PARA LAS ENTIDADES, PARA LA DETERMINACIÓN DE SUS RESULTADOS

José Ramón Serrano Heredia jramonserrano@yahoo.com.mx
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Teresita Salgado Mejía teresita_salgado@yahoo.com.mx
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Xóchitl Quiroz Rodríguez xoch_andremia@hotmail.com
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen

En estos días y acorde a la inclusión de las Normas de Información Financiera en la contabilidad de toda entidad, resulta importante considerar los métodos de costos conjuntos como una opción de flexibilidad que permita a las empresas una mejor determinación de resultados que conlleven a un fortalecimiento del capital, así como a la aplicación práctica de los postulados de dichas Normas, satisfaciendo las necesidades principales de los usuarios.

Palabras Claves:

Punto de separación
Precio de venta
Valor realizable neto
Margen bruto
Costo de Producción Conjunta

Abstract:

In these days and agreed to the inclusion of the Norms of Financial Information in the accounting of all organization, it is important to consider the methods of joint costs like an option of flexibility that allows to the companies one better determination of results than they entail to a fortification of the capital, as well as to the practical application of the postulates of these Norms, satisfying the main needs with the users.

Key words:

Separation point
Sale price
Net attainable value
Gross margin
Joint production cost

Introducción

Actualmente y acorde a la situación económica de las diversas naciones, los empresarios e inversionistas se ven obligados a diversificar sus producciones y por ende eficientar sus recursos y la tecnología aplicable en el desarrollo de su producción, para lo cual muchas de las empresas industriales buscan fabricar diversos o varios productos diferentes usando recursos de insumos compartidos.

La contabilidad de productos conjuntos conlleva a que durante las fases de la actividad fabril uno o varios elementos del costo todavía no se separan en productos finales identificables, lo que conlleva

a en cierto caso no conocer la cantidad de consumo por cada unidad producida, pero en alguna parte de dicho proceso fabril deberá de conocerse alguno de los elementos o la producción determinada que conlleve a su asignación del costo, este momento es lo que se suele llamar Punto de Separación.

En algunas situaciones podemos enmarcar que los diversos métodos aplicables para la distribución de los costos conjuntos resultan irrelevantes con respecto a los métodos de registro de valuación de los inventarios, ya que estos en un momento dado permitirán determinar la rentabilidad de la entidad en su aspecto de comercialización de dichos bienes.

En el desarrollo del presente tema, me resulta indispensable enmarcar los métodos aplicables a dicha distribución de los costos y los objetivos que persigue la entidad como una referencia importante para la determinación de la utilización de dicho método, adicionalmente al trabajo que lleva a cabo la administración de cualquier organización con el fin de preservar, mantener y desarrollar de manera más eficiente los diversos recursos de que dispone la entidad así como establecer diversos canales de comunicación entre el inversionista, el comprador y la administración de la entidad para el desarrollo de dicha operatividad de la entidad.

Para poder llevar a cabo dicho análisis, partiremos del concepto de la alta gerencia de una empresa, donde como característica principal el encargado de tal encomienda deberá de ser una persona que tenga las características de líder, toda vez que la actividad principal de estas personas deberá ser el de influir en las actividades de sus subordinados o grupos de personas para lograr que los esfuerzos realizados tengan el logro de alcanzar dicho objetivo en cuestión, buscando así satisfacer a todos los que intervienen en el desarrollo de la entidad y lograr satisfacer las necesidades de los inversionistas.

Criterios a evaluar

- Aplicación de las Normas de Información Financiera
- Métodos de asignación de costos conjuntos
- Métodos de registro contable de los inventarios
- Objetivos de la entidad

- Aplicación de las Normas de Información Financiera

A partir del 1° de junio de 2004, el Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera A.C. (CINIF) el organismo independiente, que en congruencia con la tendencia mundial asume la fusión y la responsabilidad de la emisión de la normatividad contable en México.

El CINIF es un organismo independiente en su patrimonio y operación, constituido en el año 2002 por entidades líderes de los sectores públicos y privados, con el objeto de desarrollar las Normas de Información Financiera con un alto grado de transparencia, objetividad y confiabilidad, que sean de utilidad tanto para emisores como para usuarios de la información financiera

De conformidad con dichas Normas de Información Financiera podemos observar el tratamiento contable con respecto a los inventarios en la NIF-C, la cual nos menciona que la regla para valuación de los inventarios es el costo de adquisición o producción en que se incurre al comprar o fabricar un artículo, lo que significa en principio, la suma de las erogaciones aplicables a la compra y los cargos que directa e indirectamente se incurren para dar a un artículo su condición de venta o de uso.

Así, el rubro de costo de producción será asignado acorde a las características y a la estructura de la entidad, haciendo excepción en este rubro a situaciones extraordinarias en que la entidad pudiese

incurrir, para lo cual dichas erogaciones deberán considerarse afectando el resultado y estas pudiesen ser:

A.-Capacidad de producción no utilizada

Se refiere a la capacidad no utilizada correspondiente al activo fijo de la entidad, para lo cual deberá utilizarse los servicios de un profesional en la materia para considerar solamente el importe afecto a la producción y la diferencia a resultados del periodo

B.-Castigos de inventarios

Obedecen a diversas circunstancias, entre las cuales podemos citar: estimaciones para artículos de lento movimiento.

C.-Desperdicios anormales de materia prima.

Que se refiere a que por diversas causas, se tenga un mayor consumo de materiales, derivado de: falta de ajuste a la maquinaria, inexperiencia en el manejo de la producción etc.

En la determinación del costos de los inventarios,, intervienen varios factores cuya combinación ha producido dos sistemas de valuación:

1.-Costos incurridos directamente e indirectamente en la elaboración independientemente de que estos sean de características fijas o variables en relación a la producción, y

2.-Costos incurridos en la elaboración, eliminando aquellas erogaciones que no varíen en relación al volumen que se produzca, por considerarlas como gasto del periodo.

De conformidad con la NIF-C, en su renglón 41, se podrá observar que cada empresa deberá seleccionar los sistemas y métodos de valuación que más se adecuen a sus características y aplicarlos en forma consistente, a no ser que se presenten cambios en las condiciones originales, en cuyo caso debe hacerse la revelación necesaria., teniendo en cuenta el criterio prudencial que nos enmarca el Boletín del Esquema de la Teoría Básica de la Contabilidad Financiera.

-Métodos de asignación de costos conjuntos

Existen tres enfoques para la determinación de la valuación de los inventarios y del costo de lo vendido:

1.-Asignacion del costo usando información del precio de venta

A.-Método del valor de venta en el

Punto de separación

Este método conlleva a la determinación de la proporción que el precio de venta de cada artículo corresponde, esto para que en dicha proporción sea asignado dicho costo de producción conjunto a cada artículo producido.

Por ejemplo: si se determina un costo de producción conjunta, con precios de venta asignados o estimados, la determinación con base en este método sería:

Producto	Precio de Venta	% de Asignación	Monto Asignado
Tablas Cortas Dimensiones	\$ 150.00	41.67%	\$ 28,127.25
Tablas Largas Dimensiones	\$ 210.00	58.33%	\$ 39,372.75
Total	\$ 360.00	100%	\$ 67,500.00

B.-Valor realizable neto estimado (v r n)

Este método, consiste en determinar el valor realizable neto al momento de su venta, es decir su aplicación conlleva a la aplicación de la Ley de la Oferta y de la Demanda, derivado de esta situación que pudiese ser favorable o desfavorable podrá asignarse dicho costo de producción conjunta, lo que representa un punto más cierto en el desarrollo operacional de la entidad.

Por ejemplo, si consideramos mismos datos pero que el precio de la tabla de medidas cortas fue vendida a menos 10% del precio estimado o determinado y la tabla de largas dimensiones se obtuvo un 15% más de lo estimado entonces tendríamos una asignación del costo de:

Producto	Valor Realizable Neto	% de Asignación	Monto Asignado
Tablas Cortas Dimensiones	\$ 135.00	35.86%	\$ 22,205.50
Tablas Largas Dimensiones	\$ 241.50	64.14%	\$ 43,294.50
Total	\$ 376.50	100%	\$ 67,500.00

C.-Método de valor realizable neto estimado (v r n) de porcentaje constante del Margen bruto

A diferencia de los anteriormente mencionados, su asignación del costo de producción se deriva con base en la asignación del costo de producción conforme a cualquier método, posteriormente se podrá determinar el margen bruto deseado por la entidad, el cual será la base de asignación de dicho costo de producción conjunta, lo que origina un ajuste a dicho costo de lo vendido y al almacén de artículos terminados que se mantengan en el inventario final correspondiente a dicha producción en comento.

Ejemplo: siguiendo con mismos datos, pero ahora considerando que el margen bruto representa un 20% y 10% de margen de utilidad en la comercialización de cada producto, el costo asignado sería:

Producto	Margen Bruto	% de	Monto Asignado
----------	--------------	------	----------------

		Asignación	
Tablas Cortas Dimensiones	\$ 22.50	50.62%	\$ 34,168.50
Tablas Largas Dimensiones	\$ 21.95	49.38%	\$ 33,331.50
Total	\$ 44.45	100%	\$ 67,500.00

2.-Asignacion del costo usando una medición física

Este método consiste en distribuir los costos conjuntos sobre la base del peso, el volumen, u otra medida física para cada producto en el punto de separación., esto conlleva a que deberá de haber un estudio o la entidad poseer información que le permita determinar el costo en que incurrirá dicha producción o producto y reajustar el costo asignado a dicho producto de conformidad con los métodos anteriormente mencionado, esto se simplifica al utilizar el método de costos por procesos, lo que significaría la inclusión de elementos del costo sin resultado satisfactorio por lo que ya se comentó con relación a los desperdicios de materiales y a la utilización de dicho método.

Ejemplo: Si consideramos mismo datos anteriores del valor de realización neto, en donde el precio de venta corresponde al costo de producción conjunta incurrido, podemos comparar con los datos de medición física obtenidos o generados con anterioridad por la entidad, lo que llevaría a enmarcar una afectación por un ajuste a los diversos rubros de productos producidos de la forma siguiente:

Producto	Costo de producción conjunta	Costo por Medición Física	Monto Asignado por ajustar
Tablas Cortas Dimensiones	\$ 150.00	\$ 127.50	(\$ 27.50)
Tablas Largas Dimensiones	\$ 210.00	\$ 245.00	\$ 35.00
Total	\$ 360.00	\$ 372.50	\$ 7.50

3.-No asignar el costo; la información del precio de Venta del mercado se usa como pauta para la Valuación de los inventarios

Este método, conlleva a buscar representar los inventarios finales de los productos a precio de venta estimado o realizable neto, buscando con ello mantener actualizado dicho inventario sin hacer uso de la utilización del método de registro contable de inventarios, lo cual en cierto caso facilitaría la información financiera para la toma de decisiones por parte de la empresa ya que considera el rubro a valor de realización, teniendo el inconveniente que si llegase a tenerse

alguna situación extraordinaria, la entidad tendría efectos negativos en su costo de lo vendido y por ende en el resultado presupuestado.

-Métodos de registro contable de los inventarios

De conformidad con las Normas de Información Financiera, encontramos los siguientes métodos:

1.-Costo identificado

Por sus características es factible que algunos artículos se logren identificar con su costo de producción o de erogación.

2.-Costo promedio

Se refiere a la sumatoria de todo el costo de producción o erogación entre el total de unidades disponibles para su comercialización.

3.-Primeras entradas, primeras salidas (PEPS)

Se basa en la suposición de que los primeros artículos producidos son los que primeramente se comercializan, en el entendido que los inventarios quedaran valuados a valor actualizado, así mismo dicho método contempla el manejo de dichos artículos es independientemente de la valuación.

4.-Ultimas entradas, primeras salidas (UEPS)

Se basa en la suposición que lo último que se produce o compra es lo primero que se comercializa, lo que conlleva a que en ciertas situaciones económicas el inventario no mantenga el valor de mercado de dichos bienes, para lo cual deberá aplicarse un procedimiento adicional con la finalidad de representar dicho valor del inventario actualizado.

5.-Detallistas

Este método consiste en valuar los inventarios a precio de venta el cual se verá disminuido por los factores de márgenes de utilidad bruta, esto con la finalidad de obtener el costo por el grupo de artículos en el inventario.

-Objetivos de la entidad

1.-Decisiones Económicas

De conformidad con los dueños de la entidad y con el objetivo principal de todos ellos, la representación de la asignación de los costos conjuntos tendrán la representación de buscar la mayor generación de rendimiento posible, el cual es válido ya que son los principales inversores en la entidad, teniendo el cuidado de que por alcanzar el máximo rendimiento posible, en futuros años se logre tener efectos negativos que conlleven a la desaparición de la entidad.

2.-Motivación

El buscar establecer un método apropiado para la asignación del costo conjunto conlleva no solamente a los inversionistas a mostrar una situación de contento por el desarrollo de la entidad, si no también se deberá de contemplar la participación de las personas que inherentemente

hacen posible la realización de dicha operabilidad de la entidad, buscando que sea un detonante dicha situación para que sirva para futuras producciones llevadas a cabo por la entidad.

3.-Medición de la utilidad y activos para grupos

Ajenos a la empresa

Este objetivo representa una parte de la entidad que busca las mejores fuentes de financiamiento para el desarrollo operacional de la entidad, mediante el establecimiento de resultados que permitan mantener una buena fuente de flujos de efectivo que conlleven a garantizar la seguridad de pago a los grupos ajenos a la entidad, así mismo dicho objetivo representa el cumplimiento del Postulado Básico referente a Dualidad Económica, lo que conlleva a ser más previsorio o menos arriesgado en el desarrollo de la obtención de los resultados.

4.-Justificación del costo o reembolso

Este objetivo se refiere a que los inversionistas de la entidad, buscan obtener de una manera pronta y expedita la recuperación de su inversión, mediante el reembolso de este o en su caso justificar el producto dicho costo incurrido, buscando eliminar aquellas situaciones extraordinarias que no se identifiquen con la producción realizada, lo que conlleva a la obtención de forma inmediata de dicha inversión, así mismo a considerar mantener una inversión baja en los inventarios con la finalidad de evitar algún tipo de contingencia que pudiese incurrir la entidad y por ende aminorar u obtener resultados negativos.

Resulta también motivo de esta ponencia que en el aspecto fiscal, importantísimo para muchos de los que manejan industrias que utilizan los costos conjuntos, la Ley del Impuesto sobre la Renta en su Título II Capítulo II Sección III, Artículos 45-A al 45-I, correspondiente al Costo de lo Vendido nos menciona: que podrán utilizarse los métodos anteriormente mencionados, desde el inicio teniendo en cuenta que podrá variarse dicho método transcurridos 5 años para que se pueda modificar o cambiar dicho método, si mismo el reglamento de la Ley en sus artículos 69-A al 69-J, confirman la aplicación de los métodos de costos de producción conjunta, enmarcando que deberá existir un control de inventarios que permita identificar, por cada tipo de producto o mercancía las unidades y los precios que les corresponden considerando los diversos elementos del costo incurrido.

Conclusión:

De lo expuesto anteriormente, podemos concluir que resulta indispensable llevar a cabo un análisis de los diversos métodos de asignación de costos conjuntos en una entidad con características de no conocer el costo incurrido por la producción hasta el punto de separación para poder determinar el método que sea más consistente para el desarrollo y cumplimiento de los objetivos previamente establecidos por la entidad, así mismo derivado de este método utilizado permitirá que la entidad genere los flujos efectivo suficientes que conlleven a una mejor liquidez de la entidad para hacerle frente a los grupos ajenos a esta, buscando adicionalmente de manera intangible una buena posición de la entidad ante las terceras personas, en nuestra opinión podemos observar que el método más propicio para una entidad es el Valor Neto Realizable, ya que considera todas las circunstancias y contingencias que pudiese incurrir la entidad en el desarrollo de sus operaciones, asignando un costo de lo vendido más exacto o realizable por el desarrollo de dichas operaciones.

Bibliografía:

- Neuner-Deakin(2009).Contabilidad de costos, Principios y prácticas. Tomo I y II. Edit. Limusa, pp 107-134
- Datar Srikant M,Foster George, Horngren Charles T, Contabilidad de Costos, Un Enfoque Gerencial (2010) pp.565-576
- Del Rio, Cristóbal (2010).Costos III, Edit. Ecafsa
- Irwing D.Richard,(2007)Cost Accounting.
- Normas de Información Financiera, (2010) CINIF, Instituto Mexicano de Contadores Públicos
- Multiagenda Fiscal (2011), Ediciones fiscales ISEF,

IMPLEMENTACION DEL SISTEMA DE COSTOS ABC EN EL SECTOR HOTELERO

Hernández Silva Virginia, vhsilva_17@hotmail.com,

Alfaro Calderón Gerardo, galfaro@umich.mx

RESUMEN

En este trabajo se presentan los resultados de las investigaciones que sobre el sistema de costos ABC se han realizado y los pasos a seguir para implementar este sistema en el sector hotelero motivado por múltiples factores entre ellos las críticas a los actuales métodos de costos tradicionales por su incapacidad de adaptarse a los cambios del mundo empresarial caracterizado por la competencia global y las innovaciones tecnológicas. Este nuevo entorno exige una información más precisa sobre los costos y la forma de proceder en cuantas actividades, procesos, productos, servicios y clientes.

Palabras clave: Costos, Sistema ABC, Sector Hotelero.

ABSTRACT

In this work the results of the investigations that on the system of ABC costs have been made and the steps to follow appear for to implement this system in a hotel installation motivated by multiple factors among them the critics to the present methods of traditional costs by its incapacity to adapt to the changes of the enterprise world characterized by the global competition and the technological innovations. This new surroundings demand one more a more precise information on the costs and the form to come in whichever activities, processes, products, services and clients.

Key words: Costs, ABC System, Hotel Sector

INTRODUCCION

Por ser la hotelería una empresa de servicios, puede resultar más receptiva a la aplicación de los nuevos sistemas de costos, puesto que muchos de los tradicionales dedican gran parte de su esfuerzo a la valoración de existencias, situación esta que dada la intangibilidad del servicio, no procede en la empresa hotelera. Tengamos en cuenta además que aunque el avance tecnológico sustituye al capital humano, en este sector no es tan fuerte el impacto, debido a que para la prestación del servicio es imprescindible la presencia humana, lo cual evidencia la necesidad de una adecuada gestión del personal que permita controlar adecuadamente las actividades que realizan los empleados de los diferentes departamentos y el tiempo que emplean en la realización de cada una de las tareas, esto es posible sin mucho esfuerzo debido a la implantación y desarrollo de los sistemas automatizados para el control de la gestión del hotel.

La Empresa hotelera se caracteriza por el gran volumen de los costos indirectos los cuales llegan a representar aproximadamente el 55% de los costos totales. Dentro de estos costos indirectos se destacan los costos fijos por el hecho de que un hotel necesita una fuerte inversión en activos fijos, lo

que trae consigo altos gastos por concepto de depreciación. Además de la depreciación, otros gastos se comportan como indirectos y fijos, tales como gran parte de los gastos de personal, los gastos de seguridad, mantenimiento a la instalación, seguros, publicidad y promoción y los gastos de administración.

DESARROLLO:

PASOS A SEGUIR PARA IMPLANTAR EL SISTEMA DE COSTOS ABC EN EL SECTOR HOTELERO.

Después de haber estudiado la forma en que se aplica el ABC, la metodología propuesta consta de cuatro fases fundamentales.

- I. Preparatoria.
- II. Cálculo del Costo de las Actividades
- III. Cálculo del Costos de los Productos y/o Servicios
- IV. Análisis de Resultados y Ajuste

Fase I Preparatoria.

Para diseñar un sistema de costos es necesario, tener una idea bien concebida del tipo de empresa para el que se diseña. Es necesario poder identificar los procesos que se llevan a cabo y de acuerdo con la teoría de los costos, plantear los instrumentos que permitan identificar y registrar los componentes del costo.

Para implantar un sistema tan complejo como el ABC se necesita de un proceso previo que permita definir las bases sobre las que se implantará y crear las condiciones necesarias para localizar con facilidad toda la información estadística, económica y financiera que se necesita. Teniendo en cuenta lo expresado anteriormente definimos según nuestro punto de vista las premisas organizativas necesarias para implantar el ABC en el sector hotelero.

1- Selección y configuración de los datos o inputs cuantitativos que van a integrarse en el cálculo del costo de las actividades.

Para llevar a cabo el proceso antes mencionado será necesario

- a) Definir la técnica de valoración de los costos que se aplicará,
- b) Determinar el horizonte temporal de los costos
- c) Delimitar el ciclo de vida de las actividades.

Teniendo en cuenta las condiciones organizativas y posibilidades objetivas de cada instalación hotelera, las técnicas de valoración de los costos de los productos y servicios que pueden aplicarse son: las técnicas basadas en el uso de costos reales y las técnicas basadas en el uso de costos predeterminados.

2- Determinar cuáles gastos formarán parte del cálculo del costo de los productos y servicios y cuáles deben ser considerados gastos del periodo.

Esta fase la consideramos de gran importancia para obtener lo más real posible los costos de los productos y servicios que ofrece el hotel, pues en ella se delimitan cuáles partidas de gastos van a formar parte de los costos y cuáles no. Para ello, se apoya en los lineamientos generales para la planificación y determinación del costo de producción, especialmente en el punto en que se abordan los gastos que no deben incluirse en el costo.

En el cálculo del costo serán incluidos todos los gastos vinculados a la utilización de activos fijos tangibles, materias primas, materiales, combustibles, energía, salarios, seguridad social y otros gastos monetarios ordinarios y propios de la operación del hotel los cuales incluyendo por supuesto, además de los incurridos en el proceso de prestación de servicios y elaboración de los productos que ofrece, los gastos de las actividades indirectas y de las actividades que sirven de apoyo tanto a los servicios básicos como a las actividades indirectas.

3- Definir el tratamiento de los gastos de subactividad y los beneficios de superactividad, su influencia en la fijación del precio.

Es bastante frecuente que en la hotelería no se utilice totalmente la capacidad habitacional disponible que se considera adecuada. Esta capacidad habitacional disponible no se refiere a la capacidad máxima, sino a la que se desea y se puede alcanzar con una alta probabilidad. El costo de subactividad se refiere precisamente a la pérdida que supone la infrautilización de esta capacidad. Por el contrario, los beneficios de superactividad se refieren a la situación contraria. Es decir, cuando la capacidad utilizada es superior a la capacidad disponible.

El costo derivado de un exceso de capacidad es un aspecto que se ha de considerar como sustantivo en un sistema ABC. Si no se utiliza toda la capacidad productiva, se habrá de cargar a los objetivos de costo sólo la parte de la capacidad que actualmente se está utilizando; la cantidad restante ha de ser considerada como gastos del periodo, o específicamente un costo de capacidad no utilizada.

4- Definir los objetivos de costos.

En cualquier sistema de información se deben seguir una serie de pasos o etapas conducentes a obtener un output informativo que sea acorde con la finalidad asignada a dicha información; es por ello que el proceso de elaboración de la información estará condicionado por el objetivo de la información. En un sistema ABC al igual que en cualquier otro sistema de información, el proceso de asignación de costo debe efectuarse siempre que haya sido predefinido el objetivo de costo, concepto que implica; todo aquello para lo que se requiere

una medición independiente de sus costos. Esto equivale a decir que si los usuarios de la información contable necesitan conocer el costo de algo, ese algo constituye un objetivo de costos. Por tanto, el objetivo de costo puede abarcar desde un producto o servicio hasta una unidad o componente singular de dicho producto o servicio; pero también, puede ser orientado hacia el mercado evaluando los costos de sostenimiento de un cliente, segmento del mercado, canal de distribución, etc. Por lo tanto, los costos asignados a los objetivos de costos dependerán de las actividades que hayan consumido dichos objetivos de costos, debiendo procederse a la configuración del mapa de actividades a partir del cual puedan conocerse de forma más precisa, además de las actividades, las cantidades de cada actividad consumida por el objetivo de costo.

En nuestro caso concreto nos interesa conocer los costos de los productos y servicios que ofrece el hotel, por lo tanto los objetivos de costos según lo expuesto anteriormente son los siguientes:

- Servicios de Alojamiento
- Servicio de Teléfonos
- Servicios de Comidas (Restaurante, Cafeterías y Similares)
- Servicios de Bebidas (Bares, Discoteca y Similares)
- Servicios de Animación y Recreación.

Es válido aclarar que los objetivos de costos pueden variar de una instalación hotelera a otra en dependencia de las características concreta de cada una de ellas, entre las cuales se destacan su modalidad, estrellaje, cantidad de habitaciones, régimen de pensión, etc.

5- Definir si la aplicación del ABC se hará utilizando áreas de responsabilidad o Agrupaciones de Costos, además de hacer los ajustes correspondientes en cada caso.

Este paso lo consideramos de gran importancia pues; en una primera fase la distribución de los gastos siguiendo un modelo ABC puede seguir dos vías alternativas:

- a. La asignación de los costos se comienza con la localización de los costos en las secciones o áreas de responsabilidad, y posteriormente los costos de las secciones se reparten entre las actividades que realiza cada sección o área de responsabilidad.
- b. Los costos indirectos se imputan directamente a las agrupaciones de costos correspondientes a las actividades, previamente definidas.

6- Identificación y clasificación de las áreas de responsabilidad en Directas, Indirectas y de Apoyo.

Ahora bien, una vez definido que se utilizarán las áreas de responsabilidad para la aplicación del ABC, es necesario analizar si las existentes están diseñadas de manera que respondan y faciliten las necesidades de información del ABC, y hacer los cambios posibles en casos necesarios.

- Áreas Directas que son las que tienen como objetivo fundamental la prestación de servicios a los clientes.

- Áreas de Apoyo o de Servicios Internos, son las áreas que tienen como función fundamental prestar servicios a las áreas directas o servicios básicos del hotel y también en menor medida a las áreas indirectas.

- Áreas Indirectas, son fundamentalmente las áreas administrativas que tienen como función fundamental la Comercialización, Administración, Dirección y el Control de la operación del hotel.

7- Análisis y revisión de la clasificación y registro de los gastos directos e indirectos de cada área de responsabilidad.

Como conocemos existen gastos que son fácilmente localizable en cada una de las áreas de responsabilidad en que se incurrieron; pero hay otros que por sus características suelen ser generales y comunes a algunas o a todas las áreas de responsabilidad, por lo que se debe tener el cuidado de no asignarlo a una área en específico, pues esto distorsionaría el análisis que se haga del resultado del departamento y por su puesto el costo de las actividades que éste realiza.

Por lo anterior se precisa hacer una revisión y reclasificación en caso necesario de los gastos que se vienen imputando tradicionalmente a cada área de responsabilidad. Tenga en cuenta que el término directo es relativo, un gasto puede ser directo con respecto a un área de responsabilidad, pero indirecto con respecto a un centro de costos de esa área de responsabilidad.

8.- Análisis y definición de las actividades que realiza cada área de responsabilidad, así como su clasificación en Directas, de Servicios Internos e Indirectas.

La definición y clasificación de las actividades, es una de las tareas cruciales a la hora de implantar un modelo ABC pues las actividades constituyen el centro del sistema y de su correcta definición dependerá que el mismo funcione adecuadamente. Los elementos que deben tenerse en cuenta al identificar las actividades que van a servir de soporte al sistema son:

- Las tareas son realizadas por una persona, o por un equipo perfectamente identificable.
- Suponen o dan lugar a un saber específico.
- Mantienen un carácter homogéneo, desde el punto de vista del comportamiento de los costos, y de las medidas de ejecución.
- Tienen por objeto la obtención de un output.
- Se acometen para satisfacer las exigencias de un cliente externo o interno.

En el modelo que proponemos se distinguen tres tipos de actividades:

- Actividades Directas (AD) que son las que tienen como objetivo fundamental la prestación de servicios a los clientes.
- Actividades de Apoyo o de Servicios Internos (SI), son las actividades que tienen como función fundamental prestar servicios a las áreas directas o servicios básicos del hotel y también en menor medida a las áreas o indirectas.

- Actividades Indirectas (AI), son fundamentalmente las actividades que realizan las áreas administrativas que tienen como función fundamental la Comercialización, Administración, Dirección y el Control de la operación del hotel.

9.- Definir los inductores de costos de primer nivel. Los inductores de primer nivel se usan para alinear gastos indirectos del centro de actividad con los conjuntos de actividades. Como el costo predominante en la mayoría de centros organizativos está relacionado con los recursos humanos, se usa el tiempo empleado por el personal. En otras palabras, la base sobre la que el personal informa sobre la dedicación de su tiempo a las distintas actividades, determina la atribución de gastos a esas actividades. Para conseguir la imputación de inductores de primer nivel, es necesario medir el tiempo invertido por el personal, o bien controlarlo o estimarlo respecto a cada actividad.

10- Definir los generadores de costos de las actividades (Inductores de Costos de segundo nivel).

La selección de los inductores de costos es una etapa crucial para la asignación de los costos de las actividades a los productos, por tanto se deberá elegir aquel cost-drivers, portador o inductor de costos cumpla los siguientes requisitos:

- a. Que mejor respete la relación causa efecto entre: Consumo de recursos – la actividad y el objetivo de costos.
- b. Además de que sea fácil de identificar y medir.
- c. Que sea representativo de las funciones habituales que realiza la empresa.

11- Definir las unidades de actividad.

La unidad de actividad constituye la variable que permite cuantificar el output obtenido por las distintas actividades. Las unidades de actividad sirven para medir los niveles de realización de una actividad, tales como el nivel real obtenido, el previsto, o el nivel máximo (capacidad). Esta medida sirve de base para dos tipos de aplicaciones: la evaluación de la productividad global de la actividad, y la asignación de los costos a los distintos objetivos. Las unidades de actividad se pueden seleccionar en función de alguna de las siguientes variables: cuantificación de una situación, volumen de trabajo de una actividad y finalmente el volumen y complejidad del trabajo de una actividad. Al definir las unidades de actividad deben considerarse una serie de aspectos que inciden directamente en el proceso de selección tales como:

- La facilidad de obtención de los datos requeridos por la unidad de actividad seleccionada: Costos de medición.
- La correlación existente entre el consumo de la actividad en la que se encuentre implicada la unidad y el consumo actual: grado de correlación.
- El comportamiento al que induce la unidad de actividad seleccionada: efectos conductuales.

12- Automatización del Sistema y Capacitación del Personal.

Es necesario el uso de la informática, además de capacitar al personal, si se desea tener éxito en la implantación de un Sistema de Costo Basado en las Actividades.

Se considera que el sistema que se implante debe tomar como información primaria la existente en el sistema de contabilidad tradicional y a partir de esta implementar los pasos a seguir para calcular los costos según la metodología que se propone.

Fase II Cálculo del costo de las actividades

Después de concluir la etapa preparatoria corresponde proceder con la etapa en la cual se calcula en costos de las actividades; los pasos a seguir son los siguientes:

Primer Paso: Distribuir o prorratear los gastos generales e indirectos a los centros de costos o áreas de responsabilidad.

Aquí se procede a distribuir los gastos generales indirectos (incluyendo gastos fijos tales como depreciación, alquileres, seguros, etc.) a cada una de las áreas de responsabilidad o centros de costos en que se encuentra dividido el hotel, de manera similar a los modelos tradicionales. Para ello se tienen en cuenta los gastos indirectos y las bases de repartos definidas en el punto 8 de la fase preparatoria.

Segundo Paso: Reparto de los costos de las áreas de responsabilidad o centros de costos entre las actividades.

Aquí se procede primeramente al cálculo de los inductores de costos de primer nivel, estos fueron definidos conjuntamente con las actividades que forman parte del sistema en la etapa preparatoria. Tomando como base de reparto los inductores de costos de primer nivel se procede a repartir los costos de las áreas de responsabilidad a las actividades que lo han generado sean éstas principales, de servicios internos o indirectas.

Este cálculo se realiza para cada una de las áreas de responsabilidad o centro de costos. Se procede a hacer un análisis de cada elemento de gastos y a cargar a cada una de las actividades la parte que le corresponda según el consumo que haya hecho cada actividad de ese elemento de gastos.

Tercer Paso: Reagrupación de los gastos por cada actividad.

A los efectos de que existan actividades similares en los diferentes centros, las mismas se agruparon con el fin de simplificar los procesos de asignación y poder determinar los costos que se originan en cada una de las actividades de la empresa. En este caso algunas de las actividades que se agruparon son las siguientes:

Actividad:	Generador
Facturar a clientes:	Nº de facturas
Controlar al personal:	Horas Trabajadas
Atender Reclamaciones:	Nº de reclamaciones
Controlar suministros:	Nº de pedidos
Controlar la Calidad:	Nº de inspección

Fase III Cálculo del costo de los productos y/o servicios.

Después de concluido el cálculo de los costos de las actividades corresponde el cálculo de los costos de los productos y/o servicios que ofrece el hotel, o cualquier otro objetivo de costos previamente definido.

Cuarto Paso: Cálculo de los inductores de costos de las actividades de servicios internos y luego distribuir los gastos de éstas a las actividades directas e indirectas.

Aquí se cargan, los gastos de las actividades de servicios internos a las actividades a las cuáles éstas prestan dichos servicios, sean directas o indirectas. Tenga en cuenta que esta variante se aparta del patrón universal en el que se define sólo actividades principales y actividades auxiliares, y el costo de éstas últimas se distribuye a las principales.

Quinto Paso: Cálculo de los inductores de costos de las actividades directas e indirectas y luego distribuir los costos de éstas a los objetivos.

Aquí se calculan los llamados inductores de segundo nivel que no son más que los inductores de costos que relacionan las actividades con los objetivos de costos, los cuales servirán de base para cargar el costo de estas actividades a los objetivos de costos, sean ellos: productos, clientes, servicios, etc.

Sexto Paso: Asignar los costos directos a los objetivos de costos.

Aquí los gastos que se identifican clara y directamente con los objetivos de costos, se asignan a éstos sin más preámbulo, estos gastos por lo general son gastos de materiales y en menor medida mano de obra.

Fase IV Análisis de los resultados y Ajuste.

En esta fase se procede a hacer un análisis detallado de los resultados obtenidos y se procede en caso necesario a hacer los reajustes en los clasificadores de actividades, inductores de costos, bases de repartos, etc.

Dentro del proceso de implantación esta etapa se considera de gran importancia, pues permitirá corregir los errores que existan, además de poner a punto el sistema para su explotación inmediata.

Los principios fundamentales de Costeo Basado en las Actividades y la metodología propuesta para su implantación como resultado de esta investigación, proporcionan una base sustantiva para el desarrollo de un adecuado proceso de elaboración y control de los presupuestos por actividades en la instalación.

El Presupuesto Basado en las actividades (ABB Activity Based Budgeting) se constituye así como una lógica progresión metodológica a partir del Costeo Basado en las Actividades (ABC Activity Based Costing) y la Gestión Basada en las Actividades (ABM Activity Based Management).

De lo anterior se deriva el hecho de que si se implanta el costeo por actividades se necesita presupuestar por actividades y gestionar por actividades.

CONCLUSIONES

- Por ser la hotelería una empresa de servicios, tener altos costos indirectos, desarrollarse en un entorno de fuerte competencia, tener una base informática adecuada y estar necesitada de obtener mayor eficiencia económica posibilita la implantación del ABC.
- El diseño de una metodología que se adapte a las características propias de las empresas hoteleras cubanas facilita el trabajo de implantación de esta técnica de costeo.
- El empleo de las técnicas de computación es vital si se desea obtener éxitos en la implantación de ABC.

BIBLIOGRAFÍA

- AIMAR FRANCO OSVALDO. : " Sistemas de costos basado en actividades. Pasado, presente y futuro." Revista Costos y Gestión, España, Marzo de 1995, Publicación T.IV-No.15.
- AMAT ORIOL SALAS. "Contabilidad y Finanzas de Hoteles" Eada Gestión, Barcelona, España, 1993.
- ARMENTEROS DIAZ MARTA y VEGA FALCON VLADIMIR: " Evolución Histórica de la Contabilidad de Gestión en Cuba, Cuba, 2000.
- HORNGREN CHARLES: " Contabilidad de Costos Conceptos y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales", EEUU, 1995.
- KAPLA ROBERT S y COOPER ROBIN: " Coste y Efecto" Editora Gestión 2000, España, 1999.

JERARQUIZACIÓN DE VARIABLES PARA EMPRESAS MANUFACTURERAS EXPORTADORAS

Flores Romero Beatriz betyf@umich.mx
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Merlos García Jesús jjmerlos@hotmail.com
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen.

La exportación es la forma más común, establecida y tradicional para que una empresa opere internacionalmente. Las razones para exportar pueden ser para hallar una oportunidad en el comercio exterior, o bien a consecuencia de alguna acción en su entorno. Para llevar a cabo la actividad de exportación es necesario construir un proyecto de internacionalización, mediante la elaboración de un plan que ayude a las empresas a evitar errores y altos costos. Cuando una compañía decide internacionalizarse, difícilmente lo hace con una gran infraestructura, lo hace exportando pues es uno de los primeros pasos en la internacionalización de la empresa, que la escuela escandinava de Uppsala la internacionalización sigue una serie de etapas.

Las variables que intervienen en el proceso de exportación pueden provenir de fuerzas internas (características de la empresa, y características del producto) y externas (características de la industria y características del mercado de exportación). En este estudio se revisaron las siguientes variables internas: tamaño de la empresa, edad, la evaluación de la capacidad exportadora, el conocimiento para exportar, el producto, la gerencia. Las variables externas que se exploraron son: asistencia a la exportación, barreras para la exportación, presión competitiva internacional y determinación de distribuidores.

Abstract.

Exporting is the most common form, established and traditional for a company operating internationally. The reasons for export may be to find an opportunity in foreign trade or as a result of some action in their environment. Uppsala School studied the internationalization of firms as a process that occurs through a series of stages. The variables involved in the export process may come from internal forces (characteristics of the company, and product characteristics) and external (industry characteristics and market characteristics of export). This study reviewed the following internal variables: firm size, age, assessment of export capacity, export knowledge, the product management. External variables were explored: export assistance, export barriers, international competitive pressure and determination of distributors. In this hierarchy of variables, the most studied by researchers was the size of the company, but companies do not necessarily have to be large or mature for their internationalization. The product was a variable with great impact and must

be flexible to modify it in order to be acceptable to foreign customers. If the firm have a competitive product that can be successful in international markets, and the capacity is also crucial for export performance management and knowledge they need to make right decisions.

Palabras Clave: Exportaciones • Plan para exportar • Internacionalización • Etapas de Internacionalización

Key Words: Exports • Plan to export • Internationalization • Internationalization Stages

Introducción.

La exportación es la forma más común, establecida y tradicional para que una empresa opere internacionalmente, normalmente suele ser el primer paso en el proceso de internacionalización de la empresa (Nieto, 1995). García (2000), Daniels, Radebaugh & Sullivan (2004), Hill (2007), Czinkota (2007), Rugman & Hodgetts (1997), Albaum, Duerr, & Standoskov (2005) coinciden en que es la actividad de vender algún producto y/o servicio en el mercado extranjero. Para Nelson (2010) las exportaciones se llevan a cabo a través de la mercancía que venden países o individuos. Para Sandhusen (2004) la exportación es la venta de productos producidos en un país de origen y venderlos de forma directa a través de la fuerza de venta de la compañía que reside en el país anfitrión y de forma indirecta a través de distribuidores del país anfitrión.

Numerosos estudios han clasificado las razones para exportar en proactivas y reactivas (Albaum, Duerr, & Standoskov 2005; Czinkota 2007; Daniels Radebaugh & Sullivan 2004; Minervini 2004; Sandhusen 2004). Las razones proactivas son aquellas que motivan a las empresas para tomar la iniciativa de buscar oportunidades en el comercio exterior. Por otro lado, las razones reactivas son las que impulsan a las empresas a buscar oportunidades en mercados internacionales a consecuencia de alguna acción en su entorno.

“Debido al efecto de la globalización las oportunidades comerciales son más frecuentes día con día” (Sulser, 2004, p. 20), por tal motivo existe un gran interés por parte de los gobiernos a nivel mundial para que sus empresas exporten, ofreciendo para ello, asesorías, y apoyos para que cada días más empresas tengan la actividad de exportación. De igual forma, se han realizado numerosos estudios acerca de las exportaciones que han proporcionado e incrementado el conocimiento de esta actividad.

Plan para exportar.

Para Minervini (2004) la exportación requiere una serie de pasos para construir un proyecto de internacionalización, ya que las variables que se requieren en el mercado internacional son mayores a las que se necesitan para un mercado interno. Por tal motivo, es necesario la elaboración de un plan que ayude a las empresas a evitar errores y altos costos (Daniels, Radebaugh & Sullivan 2004). Lerma (2004) menciona que el plan de exportación puede ser muy variado y responder a diferentes necesidades en diversas empresas. Se debe prestar mucha atención cuando se desarrolla, ya que, “un buen plan de exportación (sencillo, realista y congruente) es un excelente instrumento para guiar el

esfuerzo exportador de las empresas hacia el éxito comercial en el mercado exterior” (Lerma, 2004, p. 97).

Minervini (2004) detalla los pasos que debe contener un plan de exportaciones completo los cuales se relacionan a continuación:

1. Buscar asesoría inicial.
2. Evaluar la capacidad exportadora.
3. Crear una base de datos internacionales.
4. Elección de un país.
5. Seleccionar los productos exportables y definir objetivos de ventas.
Determinar las fuentes de información.
6. Analizar aspectos de logística.
7. Seleccionar los mercados donde empezar.
8. Hacer un plan de comunicación en el cual, se dará a conocer la empresa.
9. Seleccionar al distribuidor y establecer las cláusulas del contrato.
10. Establecer un plan de trabajo que incluya la promoción, los volúmenes de producto, los precios y la logística.
11. Trazar un presupuesto.
12. Establecer un plan de capacitación para el personal.
13. Establecer sistemas de control.

Etapas en el proceso de exportación de las empresas.

Albaum, Duerr, & Standoskov (2005) mencionan que la exportación es el primer paso en el proceso de internalización de las empresas. Cuando una compañía decide internacionalizarse, difícilmente lo hace con una gran infraestructura que incluye fábricas y subsidiarias repartidas por el mundo, con distribuidores y una gran cantidad de agentes dispuestos a vender sus productos. Conforme la compañía adquiere mayor conocimiento acerca de los mercados internacionales, aumenta también la inversión, los recursos humanos, el control que la empresa tiene sobre los productos, la distribución, la promoción y demás actividades que en un principio eran desarrolladas por otras personas (Nieto A., 1995).

Los primeros estudios del proceso de internacionalización de las empresas a través de un enfoque secuencial, fueron desarrollados por la escuela escandinava de Uppsala por los investigadores Johanson y Wiedersheim-Paul en el año de 1975. El principio básico de esta teoría se basa, en que, a menor riesgo percibido sobre las operaciones internacionales a través del aumento de experiencia, mayor es el recurso que la empresa destinará al mercado exterior y, por tanto, el proceso de internacionalización se desarrollará a través de una serie de etapas delimitadas por el paso del tiempo.

De acuerdo con las investigaciones que realizaron Keegan W., Green M. (1998), García (2000), Daniels, Radebaugh & Sullivan (2004), Albaum, Duerr, & Standoskov (2005), Nieto (1995),

Johansson J. (2006) y el análisis que desarrollaron Leonidou & Katsikeas (1996) donde dividen las etapas de internacionalización de las empresas en dos fases.

La primera fase es cuando la empresa no tiene actividad de exportación, se divide en tres etapas. La primera es cuando la firma no tiene interés alguno en exportar ni tiene la menor intención de hacerlo porque se encuentra cómoda en el mercado doméstico. Una segunda etapa es cuando evalúa la posibilidad de exportar a través de investigación moderada de cómo hacerlo y recolección de información. Para posteriormente en una tercera etapa, explorar activamente la posibilidad de exportar con la decidida intención de hacerlo.

En la segunda fase, la empresa lleva a cabo actividades de exportación, sin tener todavía una consolidación. Posteriormente en una segunda etapa de esta fase, comienza a tener una participación más activa, llegando a un mayor número de países y se adapta de una mejor forma a los factores ambientales de los mercados internacionales. Y finalmente la tercera etapa consiste en la gran experiencia exportadora que posee en el transcurso de los años, llegando a países psicológicamente distantes y estableciendo sucursales de ventas.

Las variables que intervienen en el proceso de exportación.

Las variables que intervienen en el proceso de exportación pueden provenir de fuerzas internas (características de la empresa y características del producto) y externas (características de la industria y características del mercado de exportación). En la tabla 1 se pueden observar las variables que los autores consultados han estudiado en el proceso de exportación.

Tabla 1 Variables de exportación

Variables de exportación													
	Minervini (1996)	Daniels (2004)	Lerma (2004)	Cavusgil & Zou (1994)	Rostgaard, Klyver & Rind (2011)	Nkongolo-Bakenda et al (2010)	Bilkey (1976)	Leonidou & Katsikeas (1996)	Umemoto (2010)	Lejpras (2009)	George, Wiklund & Zahra (2002)	Blomstermo, Eriksson & Sharma (2004)	London (2010)
Variables internas	Capacidad exportadora, base de datos de selección de productos exportables, fuentes de información, aspectos de logística, plan de comunicación	Potencial para exportar, selección de mercados	Potencial para exportar, selección de mercados, asistir a ferias y eventos internacionales	Producto, promoción, precio	Capital humano, capital social, percepción de empresarios	Producto, mercado, estandarización, desempeño, experiencia internacional, tamaño de empresa	Experiencia internacional, tamaño de empresa, experiencia de gestión, ventajas competitivas	Tamaño de empresa, ubicación de la empresa, edad de la empresa, vínculos de comerciales, experiencia de doméstica, capacidad de operación, sistema inteligente, capacidad de mercadotecnia	Tamaño de la empresa, edad, investigación y desarrollo, aplicación de patentes, general, servicio licencias, alta tecnología en manufactura, alta tecnología en servicio, habilidades laborales del gerente, transporte, desarrollo de productos, desarrollo de procesos, ventas	Tamaño de la empresa, edad, investigación y desarrollo, pasado, aplicación de patentes, general, servicio licencias, alta tecnología en manufactura, alta tecnología en servicio, habilidades laborales del gerente, transporte, desarrollo de productos, desarrollo de procesos, ventas	Tamaño de la empresa, edad, diseños, desarrollo, aplicación de patentes, general, servicio	Tamaño de la empresa, barreras de exportación, diseños, mezcla de diseños y aspectos tecnológicos, ventas, política de la empresa, diversificación de producto	Tamaño de la empresa, barreras de exportación, diseños, mezcla de diseños y aspectos tecnológicos, ventas, política de la empresa, diversificación de producto
Variables externas	Asesoría exportar	Asesoría para exportar, distribuidores	para Distribuidores	Distribuidores		Presiones competitivas, incertidumbre	Barreras de exportación, intervención externa	Vínculos comerciales, tipos industria		Apoyos, competidores internos, cooperación	Oportunidad de la industria, y desarrollo de nuevos mercados, otra industria		Barreras de exportación, riesgos, distancia física, estabilidad política de los países

Fuente: Elaboración propia.

Variables internas

Tamaño de la empresa.

En los estudios revisados, la variable que más incidencia tuvo fue el tamaño de la empresa, ya que, cuando una empresa quiere exportar, mucho depende de su tamaño y si tiene la capacidad para atender otros mercados.

Una de las principales razones para internacionalizarse, es precisamente la motivación que tienen las empresas de lograr crecimiento y una mejor situación financiera, por tal motivo los mercados internacionales presentan oportunidades que afectan las decisiones respecto a la selección de mercados y la entrada a los mismos con el fin de lograr ese crecimiento y desarrollo (London, 2010).

Edad de la empresa.

Otro detonador de exportaciones que se ha detectado es cuando las empresas tienen una edad considerable operando con éxito en el mercado local, surge la necesidad de buscar otros mercados que muchas veces los encuentran en el extranjero, siendo para éstas más fácil internacionalizarse en comparación con otro tipo de empresas relativamente jóvenes (Colaiácovo, 1993). Sin embargo, en los últimos años cada día son más las empresas jóvenes que venden productos en los mercados internacionales (Barber & Cobos, 2002).

Evaluar la capacidad para exportar.

Minervini (2004), argumenta que la capacidad que puedan tener las empresas para exportar es fundamental, esto es, conocer los puntos fuertes y débiles de la empresa y conocer el mercado internacional.

El hacer esta evaluación, le permite a la empresa saber en qué posición se encuentra con relación al mercado internacional y si es capaz de exportar o no.

Cantos (1999) menciona que la capacidad para exportar depende de: la capacidad física de la empresa para crear una oferta exportable; capacidad de producción para atender tanto el mercado local como el internacional; capacidad administrativa con el personal indicado para llevar las operaciones internacionales; capacidad económica para invertir.

Conocimiento para exportar.

En diferentes estudios realizados, se ha encontrado que la información en la primera etapa de internacionalización de las empresas genera conocimiento para saber cuál es el proceso y cómo llevar a cabo operaciones de exportación. El conocimiento es fundamental para las exportaciones y desde luego la internacionalización (Blomstermo, Eriksson & Sharma, 2004). Mejri & Umamoto (2010) estudiaron el conocimiento en las diferentes etapas de la internacionalización, preponderando en las primeras el conocimiento del mercado donde la empresa obtiene información objetiva y explícita de los mercados internacionales. Al conocimiento del mercado le sigue el experimental el cual se inicia en la etapa previa a las exportaciones y continua en la siguiente etapa, este conocimiento se obtiene a través de las redes sociales y empresariales que facilitan la internacionalización de la empresa, así también del conocimiento empresarial que es cuando la empresa tiene noción de la existencia de oportunidades y la forma de exportar.

Producto.

El producto exportable es aquel que pueda encajar bien en otros mercados y por consecuencia tener éxito (Minervini, 2004). Es un componente fundamental de la exportación ya que este consolidará a la empresa en el proceso de internacionalización. Este producto debe ser lo suficientemente flexible y responder a los mercados internacionales para adaptarse a las necesidades de los clientes extranjeros y contrarrestar la fuerte presión de los competidores Cavusgil & Zou (1994), Daniels, Radebaugh & Sullivan (2004). La adaptación del producto, se logra con una fuerte orientación a la tecnología por parte de la empresa para que los productos desarrollados tengan una aceptación universal Cavusgil & Zou (1994).

Variables de la gerencia.

La actitud, la experiencia y la calidad de gestión de la gerencia fueron las variables que se mencionaron en los estudios revisados por lo que se agruparon en variables de la gerencia. Para que una empresa tenga un buen desarrollo de exportación, es necesario seleccionar las estrategias adecuadas, las cuáles deben ser incorporadas al proceso gerencial estratégico (Cavusgil & Zou, 1994).

Una vez que las empresas incursionan en los mercados internacionales, quizá la actitud de la gerencia en las primeras etapas del proceso de exportación sea el mantener expectativas bajas con respecto de las ganancias a corto plazo o darle poca importancia a los obstáculos que se presenten y que impiden la exportación. Sin embargo, para las empresas en la fase cinco (exportadores con experiencia) la situación cambia, las ventas por exportación son de gran importancia por el crecimiento y beneficios que trae consigo (Bilkey, 1976).

Por otro lado, mucho depende la empresa de la calidad y el dinamismo en la gestión de los dueños o el gerente que dirige a la empresa para que la empresa responda a los pedidos solicitados convirtiéndose en exportador experimental que lo lleve a interesarse en convertirse en exportador consumado. Bilkey (1976). De igual forma, es importante que la alta dirección base su gestión estratégica en un profundo conocimiento de la necesidad de conocer los mercados y el para adaptarse y responder a los nuevos escenarios (London, 2009).

La experiencia internacional también es señalada como un factor importante que adquieren los directivos para lograr las exportaciones, esta experiencia se basa en una secuencia de aprendizaje que involucran la retroalimentación de las etapas de internacionalización de las empresas (Bilkey, 1976).

Variables externas.

Asistencia a la exportación.

Consiste en conocer lo que otras organizaciones ya hicieron y acercarse a consultores especialistas en exportación (Minervini, 2004). La asistencia a la exportación permite que no se malgasten recursos (Braga, 1999), pues los consultores son verdaderos especialistas en la materia que ayudan a identificar oportunidades y evitar errores (Martínez, Corredor & Herazo, 2006).

Barreras para la exportación.

Uno de los aspectos más importantes en el estudio de la exportación, son los inhibidores, obstáculos o barreras que se presentan en las diferentes etapas de exportación (Julian & Ahmed, 2005). Se han efectuado una gran cantidad de investigaciones acerca de los inhibidores, a la exportación. Estos obstáculos pueden variar e impactar de diferente forma entre empresas que exportan y las que no exportan (Kedia & Chhokar, 1986), incluso, muchas veces llevan a las empresas a preferir los mercados domésticos por encima de los internacionales (García, 2000).

La comprensión de los inhibidores en el rendimiento de la exportación es vital tanto en el nivel microeconómico como en el macroeconómico, ya que puede ayudar a determinar por qué muchas empresas no logran exportar o incurren en pérdidas financieras, de igual forma, por qué las empresas exportadoras no son capaces de explotar todo su potencial (Leonidou, 1995). Es por ello que las empresas deben desarrollar estrategias de éxito con base en la adaptación hacia los diferentes mercados y los cambios que se presentan en ellos, es la forma en la que las empresas pueden lograr sostenibilidad a largo plazo, frente a los problemas y las barreras en los mercados internacionales (London, 2010).

Presiones competitivas.

En los últimos años, la globalización de las economías, hace que la mayoría de las empresas en el mundo se enfrenten a una elevada competencia internacional ya sea en el ámbito doméstico o mundial, por tal motivo, es necesario reaccionar rápido (Barber & Cobos, 2002).

Las empresas deben tener una estrategia clara que les ofrezca una ventaja competitiva cuando exportan, esta estrategia no debe ser la misma que se utiliza localmente ya que al utilizarla internacionalmente puede resultar no exitosa (Rapp, 2001). Otro factor importante que deben tomar en cuenta las empresas que inician operaciones internacionales exportando, es separar las operaciones locales de las internacionales, propiciando con ello que el departamento de comercio internacional de las empresas se concentre totalmente a mercado extranjero (Rapp, 2001).

Determinación de distribuidores.

Para Pelton, Strutton & Lumpkin (2005) es de suma importancia seleccionar adecuadamente a los distribuidores, pues hacerlo incorrectamente resultaría costoso, además que de ello depende el éxito de las empresas exportadoras. Por tal motivo, es necesario enfocarse a un proceso de selección que determine qué distribuidor es el conveniente para la empresa. Este proceso evalúa cinco criterios que son: costos, coordinación, cobertura, control y cooperación. Estos factores pueden aplicarse en todos los países y todas las regiones y ayudan a identificar a los posibles distribuidores con facilidad.

Conclusiones.

En esta jerarquización de variables la más estudiada por los investigadores fue el tamaño de la empresa, se puede observar lo importante que es para la exportación. Pero no necesariamente las empresas tienen que ser grandes o incluso maduras para su internacionalización, tiene que ver más con el hecho de la capacidad para llevar a cabo la actividad. Capacidad de producción, física, administrativa y económica que le permitan a la empresa tomar la decisión para exportar sus

productos y determinar si la empresa tiene las herramientas necesarias para competir en el mercado internacional y sortear los obstáculos que se puedan presentar.

Otra variable estudiada comúnmente es el producto, y es normal puesto que es el bien que se va a vender en el extranjero. Si al hacer la investigación de mercados resulta que el producto no va a tener la aceptación requerida para introducirlo en un país, tiene que ser lo suficientemente flexibles para modificarlo con el fin de que sea del agrado de los clientes en otros países, de igual forma, la tecnología con que se desarrolla el producto también influye en el mismo para que tenga una mejor aceptación y sea competitivo.

Si se tiene un producto competitivo que puede tener éxito en los mercados internacionales, así como la capacidad, otra variable que también es determinante para la exportación es la actuación de la gerencia en cuanto al conocimiento del mercado internacional que tiene y cómo llegar a él para tomar las decisiones acertadas, hacer una gestión acorde a las necesidades de internacionalización y desarrollar las estrategias necesarias para competir.

Un factor importante en este sentido que igual es mencionado, es la asistencia que la empresa y en este caso la gerencia pueda tener para exportar, ya que si los gerentes y/o dueños que quieren incursionar en los mercados internacionales tiene un producto exportable, la capacidad para hacerlo, pero no el conocimiento ni la experiencia, la ayuda de expertos se vuelve de vital importancia al conocer ellos ya los pasos que hay que seguir para tener éxito.

Referencias Bibliográficas.

Albaum, G., Duerr, E., Standoskov J. (2005). *International marketing and export management*. (10^a ed.). United Kingdom: Prentice-Hall.

Pla Barber, J., Cobos, A. (2002). La Aceleración del Proceso de Internacionalización de la Empresa: el caso de las *International New Ventures Españolas*. *Sector Exterior Español*. Num. 802, pp. 9-12.

Bilkey, W. (1976). An attempted integration of the literature on the export behavior of firms. *International Meeting of the Academy of International Business*. Num. 1, Vol. 9, pp. 33-46.

Blomstermo, A., Eriksson, K. & Sharma, D. (2004). Domestic Activity and Knowledge Development in the Internationalization Process of Firms. *Journal of International Entrepreneurship*. Num. 3, Vol. 2, pp. 239–258.

Braga, R. (1999). *Cómo expandir las exportaciones de os países dentro de una economía globalizada*. Argentina: Banco Interamericano de Desarrollo.

Cantos, M. (1999). *Introducción al Comercio Internacional*. Barcelona: EDIUOCO.

Cavusgil, S. & Zou, S. (1994). Marketing Strategy-Performance Relationship: An Investigation of the Empirical Link in Export Market Venture. *Journal Marketing*. Num. 1, Vol. 58, pp. 1-21.

Colaiácovo, J. (1993). *Proyectos de exportación y estrategias de mercadotecnia internacional*. Argentina: Macchi.

- Czinkota, M., Ronkainen, M. & Moffett (2007). *Negocios Internacionales*. (7ª ed.) México: Thomson.
- Daniels, D., Radebaugh & Sullivan (2004). *Negocios Internacionales*. (10ª ed.). México: Pearson.
- García, R. (2000). *Marketing Internacional*. (3ª ed.). España: ESIC.
- George, G., Wiklund, J. & Zahra, S. (2005). Ownership and the Internationalization of Small Firms. *Journal of Management*. Num. 2, Vol. 31, pp. 210-233.
- Hill, C. (2007). *Negocios internacionales*. México: McGraw-Hill.
- Johansson, J. K. (2006). *Marketing Global*. New York: McGraw-Hill.
- Julian, C. & Ahmed, Z. (2005). The Impact of Barriers to Export on Export Marketing Performance. *Journal of Global Marketing*. Num. 1, Vol. 19, pp. 71 - 94.
- Kedia, B.L. & Chhokar, J. (1986). Factors Inhibiting Export Performance of Firms: An Empirical Investigation. *Management International Review*. Num. 4, Vol. 426, pp. 33 - 43.
- Keegan, W., Green M. (1998). *Fundamentos de mercadotecnia internacional*. México: Prentice Hall.
- Lejpras, A. (2009). Determinants of Internationalization: Differences between Service and Manufacturing SMEs. *ISSN print edition*, 1-29.
- Leonidou L., & Katsikeas C. (1996). The Export Development Process: An Integrative Review of Empirical Models. *Journal of International Business Studies*. Num. 3, Vol. 27, pp. 517 - 551.
- Leonidou, L. (1995). Export barriers: non - exporters perceptions. *International Marketing Review*. Num. 1, Vol. 12, pp. 4-25.
- Lerma, A. (2004). *Comercio y mercadotecnia internacional*. (3ª ed.). México: Thompson.
- London, K. (2010). Multi-Market Industrial Organizational Economic Models for the Internationalization Process by Small and Medium Enterprise Construction Design Service Firms. *Architectural Engineering and Design Management*. Vol. 6 B, pp. 132–152. (online) www.earthscan.co.uk/journals/aedm.
- Martínez, C., Corredor, A. & Herazo, G. (2006). *Negocios Internacionales. Estrategias Globales*. Bogotá: Universidad Santo Tomas.
- Mejri, K. & Umemoto, K. (2010). Small- and medium-sized enterprise internationalization: Towards the knowledge-based model. *Springer Science Business Media*. Num. 2 Vol. 8, pp. 156–167.
- Minervini, N. (2004). *Manual del exportador: un consultor a su alcance*. (4ª ed.). México: McGraw-Hill.
- Nelson, C. (2010). *Manual de importaciones y exportaciones*. México: McGraw-Hill.

Nieto, A., Llamazares O. (1995). *Marketing internacional*. España: Pirámide.

Nkongolo-Bakend, J., Anderson, R., Ito, J. & Garven G. (2010). Structural and competitive determinants of globally oriented small- and medium-sized enterprises: An empirical analysis. *Springer Science Business*. Num. 1, Vol. 8, pp. 55–86.

Pelton, L., Strutton D., Lumpkin J. (2005). *Canales de marketing y distribución comercial*. México: McGraw-Hill.

Rapp, W. (2001). Strategy Formulation and International Competition. *Columbia Journal of World Business*. Vol. 8, pp. 98-112.

Rostgaard, M., Klyver, K. & Rind, P. (2011). The effect of human capital, social capital, and perceptual values on nascent entrepreneurs' export intentions. *Springer Science Business Media*. Num. 1, Vol. 9, pp. 1-19.

Rugman, A., Hudgetts R. (1997). *Negocios Internacionales*. México: McGraw-Hill.

Sandhusen, R.L. (2004). *Mercadotecnia internacional*. (2ª ed.). México: CECSA.

Sulser, R. (2004). *Exportación efectiva: reglas básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador*. México: Ediciones Fiscales Isef.

THE EXECUTION OF MERGERS AND ACQUISITIONS AS A STRATEGY FOR MEXICAN COMPANIES WITHIN THE GROWTH ACHIEVEMENT IN MAJOR WORLD RANKINGS

José G. Vargas-Hernández, Universidad de Guadalajara.
Mohammad Reza Noruzi, Islamic Azad University,

Abstract

Mergers and Acquisitions, M & As has become a trend for the growth of Mexican companies. Although the diverse, all companies seeking the ultimate goal of growth of the firm. Through the job description in the three largest companies in Mexico and the results we achieved demonstrate the profitability of this kind of strategic alliances and detected elements which may be useful for growing companies that are selecting the appropriate strategy to their resources and goals. This article aims to describe the execution of mergers and acquisitions as a strategy for Mexican companies best positioned within the major world rankings to achieve growth. The corporate strategy is critical to achieving the higher rank and must be set out clearly and according to their needs.

Keywords: Corporate Strategy, Mergers and Acquisitions, Mexican leader.

JEL: L19, M10.

INTRODUCTION

Companies must give direction to the resources. They have to change their environment and absorb uncertainty in order to maximize their profits. There are different perspectives and strategy firms, according to their particular situation and the area of interference, they use one that most suits of them.

The strategies of Mexican companies tend to focus on the use of resources and capabilities to generate profit. But the results obtained by some of the strongest Mexican worldwide companies are the result of market development and practice of M & A, which are mostly related to areas of its core business.

There is no universal strategy that works for all organizations and generates the best profits. company must also assess favorable and unfavorable conditions for implementation and most importantly, act on that strategy which is most appropriate and effective company in the search to achieve their goals.

There are a number of multinational companies originating from emerging economies, but there are few that generate a level of utility comparable to large multinationals in the developed economies.

THEORETICAL FRAMEWORK

Strategic management is responsible for developing the knowledge in this era. From the study of the actions taken by companies for their growth and measuring the results obtained with the different perspectives that have been consolidated. From this we find that the organizational structure is the foundation for large businesses to achieve their goals, but there must be a record in its efforts to continue to achieve its objectives through the implementation of its corporate philosophy in the various processes that are performed. Corporate behavior is what really makes a company great and make it successful and internationally recognized.

We must understand the nature of the signatures; leaving conceive as seeing them as productive functions and structures of governance, in which economic goals are internal structures (Williamson, 2000). In pursuit of creating value firms have turned to new business models that have changed schemes and developed new strategic options, both in their local markets as its internationalization, strategic alliances are voluntary arrangements between firms to exchange or jointly develop products, technology or services are increasingly common, and the problem for those responsible for making decisions is to establish the appropriate changes to their specific structures.

The key is that organizations seeking returns must have a good understanding of the resources they acquire to maximize their profits. In recent years, emerging economies have reached a considerable level of development, foreign investment has greatly facilitated the growth of these economies through the strategies and policies have been established (Wright, 2005), not only as host economies capital but also through numerous international investment that you make on other economies around the world.

Strategic alliances are an alternative to the growth of organizations whether we speak of contractual alliances in which by signing a contract two of the undertakings, specific projects, joint marketing, research and development contracts or licenses and franchises. Or question of alliances based on the exchange of capital through: joint ventures, mergers or acquisitions. According to the desired degree of integration with the other hand, have the resources and reach goals they had set the strategy, the selection will depend on the type of alliance. With special emphasis on understanding the rules of the game on the market in which you want to venture and an analysis of the advantages and scope to be the alliance (Peng, 2006).

The goal of all business decisions is the highest possible value creation, and here you can establish whether a strategic decision, as it can be an alliance based in the capital, has the right motivation. The rationale for mergers and acquisitions (M & A) is that they must create the new company in the case of mergers or the signing buyer in the case of acquisitions, has a value greater than the sum of values that had the signatures independently before integration (Herrera Avendaño, 2001).

Some companies in Latin America (LA) have achieved little by little making its global market space, including several Mexican companies also achieved success at national level, also found in international markets through growth opportunities F & A, both public and parastatal companies in different countries.

According to the ranking of the magazine *América Economía*, of the 500 most important companies in AL, in 2009 Brazil was the country's 226 companies with more companies in the ranking, while only 119 signatures were from Mexico (Figure 1) . Note that in 2002 Mexico had peaked in the 20-year history of this ranking, with 241 companies (*América Economía*, 2010).

Some of the major companies that lead this list have made F & A of other companies and this could be a cause of increased participation in international markets and their stay in the charts. There are several reasons to consider before establishing a strategy of this kind, although sometimes the reasons do not seem logical, the view of strategists usually yield good fruit in the medium term. Among the main reasons we can mention the interest of achieving increased revenues, reduced costs, gaining market power, integration with specialized companies in areas where the other is weak, eliminating a competitor, getting a raise certain types of resources, improving yields through new management, achieve tax benefits or a combination of resources to increase productivity (Mascarenhas, 2006).

In late 2009 and early 2010 the major Mexican companies dedicated to consolidate and integrate into their organization the various F & A conducted in early 2009, the global economic crisis affected the growth of companies, but most knew how to deal with the situation and move forward to consolidate their resources. The strategy not only carried out in its own lines of business

but also the incursion into areas outside their main economic activities. but in some way help them make a profit. A clear example of this was the purchase of 17% of the New York Times by the billionaire Carlos Slim, who despite having businesses in different economic sectors had not yet ventured in press (Buchanan, 2010).

In that sense, M & A has become a trend for the growth of Mexican companies, although this was not the only alternative strategy carried out by the firm and sometimes the companies selected were not the most appropriate in most cases we can see increases for firms that make us assume the effectiveness of F & A. Regardless of the reason that companies choose to implement this strategy, the results should be beneficial and be oriented growth of the firm considering the organizational team, without affecting the innovation and not follow the trend to acquire by purchase.

OBJECTIVE

Based on the foregoing, setting a goal to describe the execution of mergers and acquisitions as a strategy for Mexican companies best positioned within the major world rankings to achieve growth. Mexican companies seeking development and media can find items for their own consolidation in the markets.

Of which raised the hypothesis of whether the major Mexican companies in their strategies have made M & A, if these have been within its sector and if they got support their growth.

METHODOLOGY

The methodology developed will be first the selection and justification of Mexican companies which made the descriptive analysis of the implementation of F & A from determining what is your current place in the world rankings?, This analysis pointed out aspects main and a brief description of the strategy developed for each of the selected companies responding to the questions of what strategies are being implemented for growth? And what are the benefits of M & A? then be presented general findings of the strategies carried out, based on what is the level of income and productivity achieved?, and finally identify elements to be considered by other organizations choice of M & A value creation and growth of their firms.

Selection and justification of Mexican companies

Different worldwide rankings to recognize the largest companies in the world by their level of income, profit margins, production capacities and other factors significantly outweigh the other organizations worldwide. Two of the most internationally recognized tabs are the FORBES and FORTUNE magazine, and journal Economics in Latin America.

From 2009 to date has remained constant the number of Mexican companies (18) in the 2000 world leading companies (Forbes Staff, 2011), while ranking in the magazine America Economía in a period of only seven years, from 2002 to 2009, the number of Mexican companies within the first 500 in TO 50% down (América Economía, 2010). From this we can conclude that a small number of Mexican organizations have consolidated their presence in international markets while other smaller companies have lost its position in international markets and their productivity has decreased significantly.

Moreover, when analyzing the situation of Brazilian companies, whose country was compared to Mexico early this century by its geographical location, economic conditions and growth potential, since both countries were seen as major economies region, we find that these companies generally have a better development. From the figure of 19 companies that appeared on the Forbes

list in 2006, has grown to 37 companies in 2011 within the first 2000 worldwide (Forbes Staff, 2011) While in the region, by 2009 already had 226 companies in the ranking of America Economía magazine top 500 companies (América Economía, 2010).

Mexico is widely recognized in international markets, is the country with the largest number of international trade agreements, products and quality of its workforce have accepted worldwide and is a nation favored by their geographical position it occupies. For this and other issues is that it is difficult to understand why more companies do not have positioned in the world and what has relied on only a few companies have managed to gain a favored position as compared to other national firms, this concern arises to analyze and understand the strategy of these leaders and Mexican companies to make their activities serve as an example in the development of other large and medium enterprises.

Mexican companies included in Forbes' list of 2011 are shown in Table 1, among which are America Movil (# 88), Femsa (# 406) and Grupo Mexico (# 485) as the first three Mexican companies and they are the only Mexican in the top 500 worldwide in this ranking. Therefore be at these three firms in which to base the study to analyze their strategies, seen as the main cause of their achievements, and what subsequent to refer to them as we do with the term leading Mexican companies (EML).

BUSINESS ANALYSIS

Below is a description of the situation of EML and a narrative of the main strategies of F & A who have developed, starting with the corporate Grupo Mexico ranks third, followed by analysis of FEMSA to conclude this section with the company America Movil.

Grupo Mexico.

Utilities 2010: 1.800 million dollars

Director: Larrea.

National companies that comprise: Minera Mexico, Southern Copper Corporation, Ferrromex, Ferrosur, Intermodal, PEMSA, Mexico and Consutec Construction Company.

International companies owned: Americas Mining Corporation and ASARCO.

Grupo Mexico is the number one Mexican mining company and has the second largest copper reserves in the world, has operations in Mexico, Chile and Peru. It currently has 13 operating mines and 10 projects in operation.

Mexico Construction Company was the first of this group, created in 1942 soon becoming one of the main building of the country. For the year 1965, acquired 49% of ASARCO is a mining company based in Arizona and created ASARCO Mexicana, which in 1974 became Industrial Minera Mexico (IMMSA). To be listed on the Mexican stock exchange was created in 1978 Grupo Industrial Minera Mexico (GIMMEX) will be replaced by Grupo Mexico in 1994.

In 1997 buys 24% share of Union Miniere Acec the Cananea mine, and that same year, Grupo Mexico (74%) with ICA (13%) and Union-Pacific (13%) take on the granting of various lines of rail, creating the subsidiary Ferrocarril Mexicano purchase SA de CV (Ferromex). Soon Union-Pacific acquired the part of ICA.

Grupo Mexico acquired Asarco Incorporated in 1999, which controlled 54% of Souther Peru Copper Corporation and with this acquisition becomes the second company with the largest reserves of copper in the world. Later the company went through a phase of investment in infrastructure improvements at its mines and extraction was not until 2005 where he returned to participate in the market for corporate control, through the merger of Southern Peru Copper Corporation and Minera Mexico, Southern Copper Corporation transformed into and that Grupo Mexico's participation in the company grew to 75.1% (Grupo Mexico, 2011).

During the period from 2006 to 2010 the company went through a process of restructuring and reorganization of its business units and assets, channeling their income primarily in the modernization process, both in the extraction of minerals such as administrative control.

FEMSA

Utilities 2010: 3.300 MDD.

Director: José Antonio Fernández.

Companies that integrate national: Coca-Cola FEMSA and OXXO.

International companies owned: Heineken (20%).

FEMSA is a leading company engaged in the beverage industry, through Coca-Cola FEMSA, the largest independent bottler of Coca-Cola products in the world with presence in 9 countries of LA, is also involved in trade, operating OXXO chain of convenience stores larger (8.621 stores) and fastest growing in AL with facilities in Mexico and Colombia, and participates in the sale of beer, the second largest shareholder of Heineken, one of the leading brewers in the world with presence in over 70 countries. (Femsa, 2011)

Each business unit has this interesting aspect of corporate analysis, but in this article we only focus on the strategies undertaken by each of them in their process of growth through M & A.

OXXO opened a daily average of 3 stores in Mexico during 2010, the same year began operations in Colombia and now has eight stores, the company has a large potential for growth in the region, and all of its growth strategy has been made based on resources the firm already operates as a franchise that has not carried out and F & A to boost growth.

Coca-Cola FEMSA's bottler in Mexico that is born of the acquisition of the franchise in the year 1979, distributing its products in much of the country, in 1994 acquired 51% of the shares of Coca-Cola in Buenos Aires, Argentina and in 2002 announced the acquisition of Panamco, the largest bottler of AL at the time, from this point the company's growth was substantial and that the acquisition was another part of the territory of Mexico, the countries of Costa Rica, Colombia, Guatemala, Nicaragua, Panama and Venezuela, and some regions of Brazil, becoming the leader of al-bottling company.

The company decided to follow the line of drinks and when it was believed that the soft drink market share would be enough, the company surprised in 2007 with the acquisition of Jugos del Valle in Mexico and Brazil REMIL bottling in 2008, it grew participation in the Brazilian market, together with Mexico are the most attractive markets in Latin America.

Not all acquisitions must be of large international companies and the purchase in 2008 of the Water Company of Angels, Valley of Mexico, is proof of that since the acquisition was achieved with double the share of that market in the city . In 2009, FEMSA acquired the Brisa bottled water and in 2010 returned to surprise us with the purchase of the Dairy Industry Group Panamanian Company, which will enter the milk products is one of the most dynamic markets and value in the beverage industry. As mentioned in the introduction, firms not only do strategies of F & A, but also establish other strategic alliances and contractual in the case of FEMSA such implementations are common such as recently showed in a contract with HP for that will provide technology services for five years in the business unit, Coca Cola FEMSA who provide not only computer equipment but also focus information operations in South America and perform tests and evaluations to identify growth options the company (Hewlett Packard Development Company, 2011), arguably is a contract research and development specialists left to the management of information and FEMSA only cares to continue doing a good distribution of their products.

Beer is the oldest business unit of the company and its history goes back to its founding in 1890 under the name of Cerveceria Cuauhtemoc Mexico, will later be established firms that were born as part of domestic production of inputs in brewery that later would become self-sufficient and

independent companies, which contribute in making the bottles, labels and bottle caps necessary for packaging beer.

In 1985 a merger between two of the largest breweries in Mexico, Cerveceria Cuauhtemoc Cerveceria Moctezuma, a case that serves to show that the strategy of M & A has been several years a good option for growing firms, with the merger the company not only expanded its product offering to the market and therefore they also managed to increase their participation. In 1994, partners with the Canadian brewer John Labatt Ltd., which buys 30% stake in the brewery and thus the company gets an increase in its share capital to tackle the country's economic crisis. Later in 2004 the share repurchase was sold to begin its expansion strategy internationally which shows us a clear example that M & A does not always mean total loss of corporate control and in many cases are a source of impetus for the development of the organization.

That same year, implement a trade agreement with Heineken to distribute the products in the U.S. territory, responsible for the distribution, promotion and sales, for the domestic market signed an agreement with Coors Brewing Company for the exclusive marketing Coors Light beer. During 2005 continued the strategy of Sleeman Breweries contractual alliances in Canada and Molson Coors in the UK, establishing them as strategic suppliers to market their products in these territories.

It was in 2006 when the firm makes first acquisition in its history the purchase of Brazilian brewer Kaiser, acquiring 68% of the shares and thus operate in two Latin American markets more attractive. In what was a considerable increase in revenue and a commercial boost with greater market share, through which has been pushing their products through the extensive distribution network operates.

The consolidation of Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma led the company Heineken, who already owned the U.S. distribution, acquired in 2010 for signature by the exchange of 100% of its operations by 20% of the shares of Heineken, this acquisition was a of the most important of the year with the sale of the company FEMSA Brewery will focus more on growing its other business units (OXXO and Coca-Cola FEMSA) and participate in the administrative council of Heineken to care for the performance of the firm .

America Movil

Utilities 2010: 7.300 MDD.

Director: Carlos Slim.

National companies that comprise: Telcel and Telmex.

International companies of their property: Telmex Internacional, Claro (15 countries: Argentina, Brazil, Chile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Jamaica, Nicaragua, Panama, Paraguay, Peru, Puerto Rico, Dominican Republic and Uruguay) Comcel (Colombia), Embratel (Brazil), Net (Brazil) and Tracfone (USA).

America Movil is not only a leader in the mobile telecommunications sector in Latin America operating in 18 countries, it is the fourth largest in the world in terms of proportionate subscribers and number one Mexican company by market value and income-rich.

Through the acquisition of several public companies and parastatals telephony has been consolidating its presence in the principal in the cell phone. Your participation in the cellular market in Mexico is 71%, 33% in Central America, Caribbean 43% and 9 countries in which it operates in South America all have a stake greater than 30% except for Chile where their participation is barely 22%. (America Movil, 2010)

"The acquisition by America Movil of its parent company, Carso Global Telecom (which controls Telefonos de Mexico or Telmex and Telmex Internacional) was by far the largest merger in Latin America in 2010, valued at 33 billion dollars ". (Agree, 2011)

America Movil was born in 2001 when it separated from fixed telephony company TELMEX, and nine years of his division is now the purchaser of the company that was born, the case

of telecommunications companies of Mr. Carlos Slim is full of examples successful mergers and acquisitions for 20 years in which through its consortium of Southwestern Bell Telecom acquired the state-owned Telmex, while in turn the company America Movil was acquiring various telephone companies in Latin America and step to form the signature course, trade name under which it operates in most countries.

The acquisition by America Movil of its sister companies Telmex and Carso Global Telecom International, will report that in 2010 represented 211.3 million wireless subscribers, 27.4 million fixed lines, 12 million fixed broadband connections and 8.6 million TV subscribers . The company also reported an outstanding financial performance with net profits rising contrary to its main rival Telefonica in the last year reported a decline in profits. (Datamonitor, 2010)

America Movil continues its strategy of M & A in LA countries, and the proof is the recent purchase of the company Digicel in early 2011 who operated in Honduras and El Salvador, users of the company will become part of CLARO.

The current government in Mexico has not allowed America Movil to sell packages of telephony, television and the Internet, which have proved very attractive for the income from them and from which only the big national broadcasters are benefiting. But America Movil continues to grow despite the hardships and will strengthen this marketing strategy in Colombia, where it already does and Brazil in which the fusion medium-term business that has begun. Therefore no surprise that eventually will achieve its mission to perform in Mexico.

The growth in demand for bandwidth and pay TV in Latin means the sustained growth of the company, which only have to overcome institutional constraints to maximize their profits, and even in this sense the strategy of mergers that has been done will be useful to market their services in countries like Brazil with barriers of entry into foreign ownership of telecom case for which the company has decided to increase its share of Net through its subsidiary Embratel.

EFFECTIVENESS OF MERGERS AND ACQUISITIONS

The purchase of Asarco in 1956 makes clear that the use of M & A as a means for the development of the company is not a strategy that just being started, and is an example of the vision they have had the EML for several years .

M & As has become steadily more present and in the last 15 years has increased the tendency of local firms to make such alliances. Even in areas other than the main economic activity of the company, either in activities that have a relationship, as in the case of Grupo Mexico, which through Ferromex rail networks can transport material from mines (Mascarenhas, 2006), or in activities that are not related to its activity as for the purchase of Slim a percentage of the New York Times commented in the introduction to this article.

In the latest merger by Grupo Mexico to Southern Peru Copper Corporation, clearly identified as their main motivation access to more resources and greater expertise that contributed significantly to the growth of the firm and its consolidation, giving reason to the reasons cited for a F & A.

In the case of Grupo Mexico is clear that, thanks to M & A can gain access to the resources that became the second company with the largest copper reserve on the planet, which could hardly have been achieved through other means, but we can not downplay made to other strategies, mainly in the processes of restructuring, as though in recent years has not made any acquisition revenues and profits increased significantly in the last year.

At Coca-Cola FEMSA's strategic alliances have been crucial since its inception through the acquisition of the concession for the distribution of Coca-Cola. Its main thrust of internationalization has been achieved through acquisitions, Coca-Cola first in Buenos Aires in 1994, in 2002 and finally

in 2008 PANAMCO REMIL. It is clear that M & A are effective strategies to support access to international markets (Femsa, 2011).

Even in small markets an acquisition may represent a source of consolidation as the example of Los Angeles Water, or can also serve to diversify and increase the product line as was the case with the purchase of Del Valle and Dairy Industries Group.

The area brewery is not very different from Coca-Cola FEMSA and in this area we also find that growth has been sustained in practice M & A throughout its history, from the merger of Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma Brewery to reduce and production costs and gain greater power in the domestic market, to then develop a series of agreements to distribute its products with different breweries worldwide in order to internationalize their brand, After Kaiser bought the company I represent an increase in AL.

Increased participation in AL, their rapid growth and income levels were reported in 2010 decisive for the Dutch brewer Heineken, who already was familiar with their products marketed in the United States was willing to hand over 20% of its shares return of all brewery operations (Buchanan, 2010).

The case of FEMSA shows that even within the same firm strategies in its business units are not the same and although M & A have been an important factor for the growth of its operations in two business units to OXXO have not been the growth medium, although this does not mean that if done would not succeed, perhaps for future growth would be predicted to get OXXO in the event that made M & A.

Although revenues declined FEMSA in the last year, as expected mainly by revenues from brewery failed to receive after the sale the profits and assets which increased due to continued growth, a result of their internationalization in its other two business units (Forbes Staff, 2011). The company America Movil was from the beginning a successful business and began growing by leaps and bounds through the voracious acquisition of a large number of telephone companies in different markets of LA, which gradually consolidated their position as the company the continent's leading mobile growth projections and a substantial number of customers. But the determining factor of growth in recent years did so by buying the company Carso Global Telecom, which despite being the same owner does not mean you should not have the resources to acquire and thus establish his position far above its competitors (Agree, 2011). With this acquisition the company managed to improve performance through new management and increased productivity through shared resources. In the case of the Brazilian market we find that M & A conducted achieved integration of telephone and television companies, achieving also prevent the entry barriers to foreign companies on television. A through M & A company America Movil has gained access to markets, competitors and has been removed has increased its presence in Latin by the large number of mobile phone users.

America Movil has income greater than twice those of FEMSA and Grupo Mexico together and last year were 50% higher than those achieved in the previous year (Forbes Staff, 2011). It has a considerably higher amount of assets to the rest of the EML and the resources to continue to give the talk of the coming years, and probably will be so for your next marketing packages that include television services in Mexico which is not far from become a reality now and thanks to a cooperative alliance with Dish satellite television company, has partially offset the inability to provide the services themselves. So surely soon find out how to enter and possibly move to Televisa in the medium term.

CONCLUSIONS

The EML has consolidated its place in the main rankings because of its strategic vision and outstanding performance compared to other firms, and their efforts are recognized worldwide, as

mentioned in the beginning of this article are not unique strategies to achieve growth companies and many alternative firms, who based their resources attempting to find the most suitable for their own development.

In the analysis of companies is stated that M & A is a common strategy in organizations despite being of sectors and business activities very different, it is clear the importance that has occurred in recent years this type of strategic alliance as EML all have used at some stage as a means to grow and achieve their goals. Because of the variety among the reasons companies have obviously not been the same since we find cases that look from reduced costs and increased resources to improving the management and reduction of entry barriers, although to the above if it can be concluded that the implementation of the strategy has a tendency among the EML to be used to facilitate the internationalization of the firm and meets expectations in this regard as an effective tool in the process of incursion into new markets.

Growing companies need to analyze M & A as an attractive option for growth, regardless of the sector where they are and whatever economic activity they perform, trying to combine this strategy with others to maximize the performance of the firm as mentioned from the beginning, no strategy is complete and the best results are obtained from the right combination. Using this type of partnership should be done by companies with an average degree of maturity and sufficient resources to operate efficiently to the party who performed the alliance, because otherwise result in detriment to the benefit of the parties involved.

REFERENCES

- Agree, D. (2011). Slim and America Movil made waves in 2010. *Latin Trade (Spanish)*, 19 (1), 54-56.
- América Economía. (2010). *América Economía* magazine. Retrieved May 13, 2011, of the indisputable leadership of Brazil: <http://rankings.americaeconomia.com/2010/500/liderazgo-indiscutido-de-brasil.php>
- America Movil. (December 31, 2010). Retrieved May 16, 2011, from www.americamovil.com
- Buchanan, R. (2010). MEXICO TAKES A BREAK FROM M & A. *Latin Trade (Español)*, 18 (1), 40-42.
- Datamonitor. (2010). *America Movil, SA de CV SWOT Analysis*.
- Femsa. (2011). Retrieved May 16, 2011, from www.femsa.com
- Forbes Staff. (April 20, 2011). *Forbes*. Retrieved May 2011, www.forbes.com
- Grupo Mexico. (2011). Retrieved May 16, 2011, from www.gmexico.com.mx
- Herrera Avendaño, CE (2001). *Business Combinations and Restructuring*. Mexico DF: SICCO.
- Hewlett Packard Development Company. (2011). *Coca-Cola FEMSA Signs \$ 100 Million Technology Services Agreement with HP to Support Growth*. *Business Wire*.
- Mascarenhas, J. (2006). *Mergers and Acquisitions (Fourth ed.)*. Madrid, Spain: McGraw Hill.
- Peng, MW (2006). *Global Strategy*. Cincinnati: Thomson South-Western.
- Williamson, OE (2000). The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead. *Journal of Economic Literature*, 38 (3), 595-613.
- Wright, MI (2005). Strategy in Emerging Economies research: Challenging conventional wisdom. *Journal of Management Studies*, 42, 1-33.

APPENDIX

	COMPANY	RANKING
1	América Móvil	88
2	Femsa	406
3	Grupo México	485
4	Grupo Modelo	719
5	GFNorte	785
6	Cemex	810
7	Grupo Inbursa	864
8	Grupo Televisa	880
9	Grupo Bimbo	974
10	ALFA	1010
11	Industrias Peñoles	1077
12	Minera Frisco	1097
13	Fresnillo	1151
14	Grupo Carso	1256
15	El Puerto de Liverpool	1344
16	Soriana	1493
17	Grupo Elektra	1548
18	Kimberly-Clark de México	1926

TABLA 1. Fuente: (Forbes Staff, 2011).

Period	Company	Sales	Earnings	Assets
2011	América Móvil	49.2	7.3	69.7
	Femsa	13.7	3.3	18.1
	Grupo México	8.3	1.8	14.9
2010	América Móvil	30.22	5.4	34.7
	Femsa	15.08	0.76	16.07
	Grupo México	5.02	0.9	12.01
2009	América Móvil	25.01	4.35	31.64
	Femsa	12.16	0.49	13.27
	Grupo México	4.69	8.1	8.82

TABLA 2. Fuente: (Forbes Staff, 2011)

GRAPHICS.

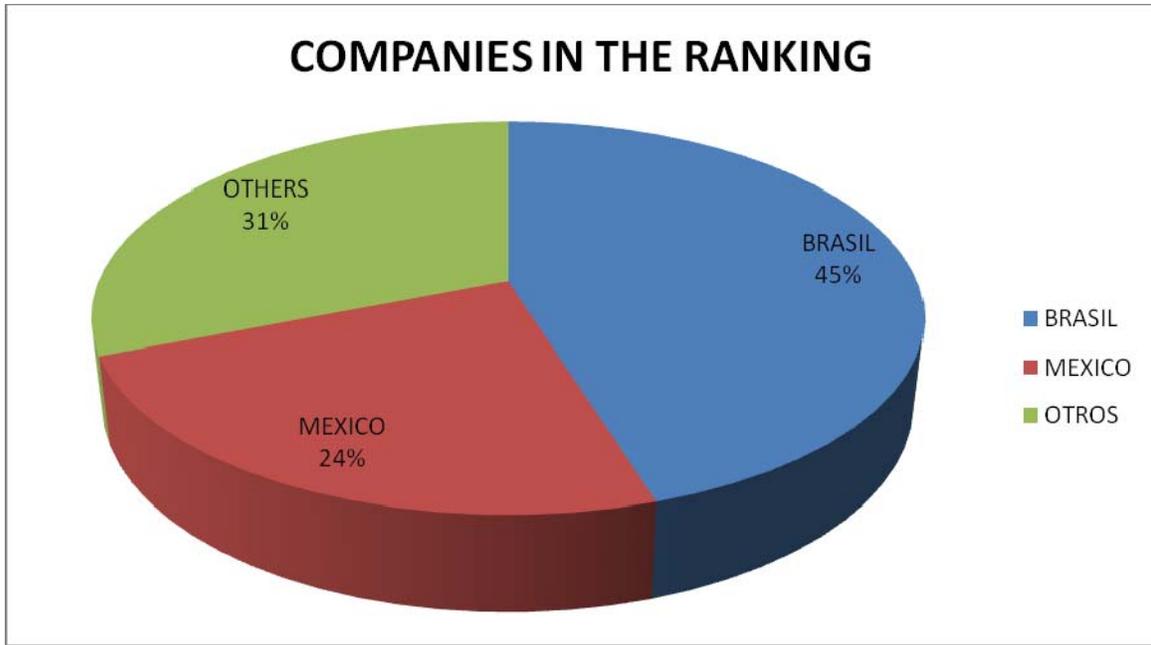


CHART 1. Source: (América Economía, 2010).

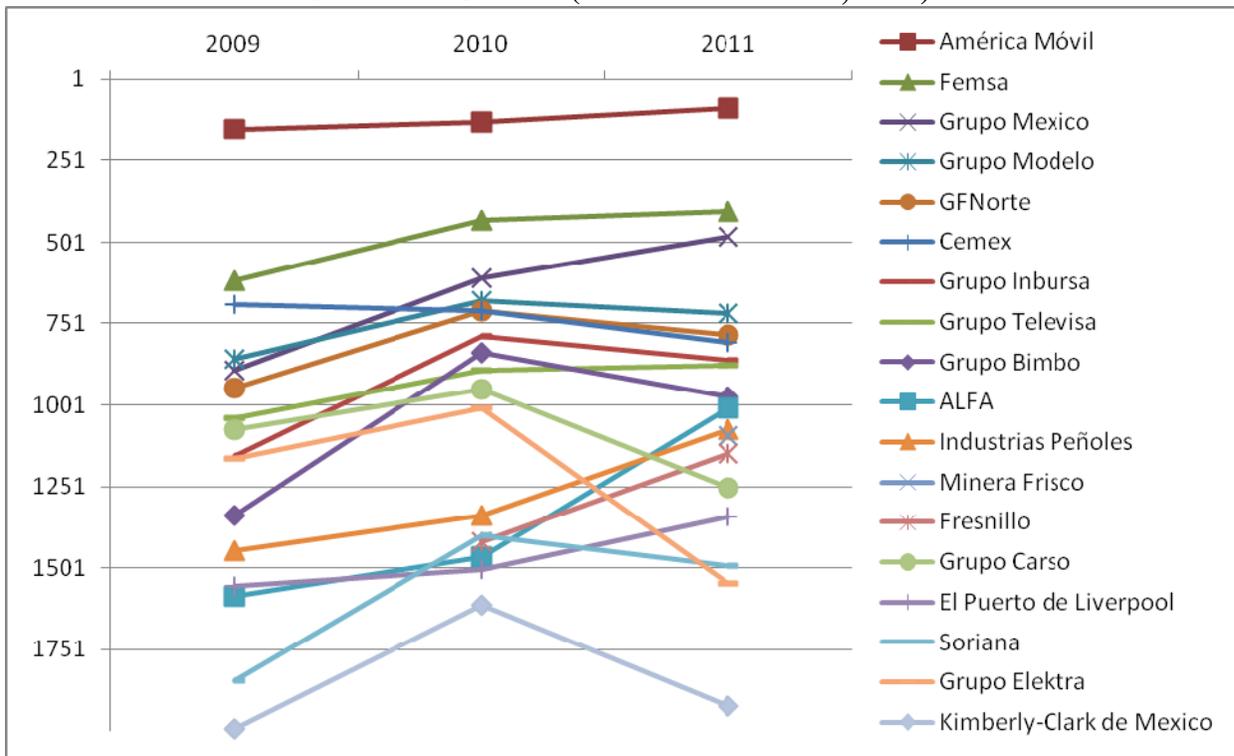


FIGURE 2. Source: (Forbes Staff, 2011).

LA CALIDAD DEL SERVICIO COMO FACTOR FUNDAMENTAL DEL INCREMENTO EN LA RECAUDACIÓN FISCAL

Angélica Guadalupe Zamudio de la Cruz angyzamudio@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

María Eugenia Romero Olvera mero_67@yahoo.com.mx Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

El contenido de esta investigación fue elaborado con el objetivo de determinar la Calidad del Servicio como Factor Fundamental del Incremento en la Recaudación Fiscal. El presente trabajo abarca los siguientes aspectos: Introducción, método de investigación, definimos el problema así como su justificación e hipótesis. Se hacen las preguntas de investigación así como los objetivos generales y específico. Describe la Calidad del Servicio su concepto e importancia, elementos, principios y factores de evaluación; se hace mención a la relación entre la Calidad del Servicio y el Clima Organizacional, su concepto e importancia, características, dimensiones y funciones de este. Por último abordamos las conclusiones de este trabajo.

Palabras clave: Calidad, Servicio, Incremento en la recaudación Fiscal, Clima Organizacional.

Abstract

The matter of this research was developed with the aim to determine the quality of the service and Fundamental Factor that increases tax revenues. This paper covers the following issues:

The Introduction, research method, how we define the problem and the justification and hypothesis. Also, we do the research questions and general and specific objectives. This paper describes the concept of service quality and its importance, elements, principles and evaluation factors referred to the relationship between service quality and organizational environment, its concept and importance, characteristics, dimensions and its functions.

Finally we discuss the conclusions of this work.

Keywords: Quality, Service, Increase of tax revenue, Organizational environment.

Desarrollo del trabajo

Introducción:

Para el adecuado desempeño de la gestión gubernamental, cualquier país requiere allegarse de recursos que le permitan ejercer el gasto público; estos lo hacen mediante la Recaudación Fiscal.

No fue sino hasta el siglo XVI cuando empezó el sistema impositivo del México colonial, a partir de la fusión de dos sistemas fiscales preexistentes –el azteca y el español.

De los aztecas, se tomaron los tributos y se incorporaron a la real hacienda colonial. De los españoles se tomaron diversos impuestos como las alcabalas, el papel sellado, la avería, el almojarifazgo, también los impuestos que pertenecían a la jurisdicción de la Iglesia, como los diezmos y las medias anatas.

A través de los siglos, el hecho fiscal asume relevancia determinante en los grandes acontecimientos.

De esta manera llegamos a la necesidad de crear una institución que regulara la Recaudación Fiscal de una manera más directa; en diciembre de 1995 se publicó en el Diario Oficial de la Federación la Ley del Servicio de Administración Tributaria (SAT) ordenamiento mediante el cual se creó un órgano desconcentrado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

El 1 de julio de 1997 entró en funciones el Servicio de Administración Tributaria sustituyendo a la Secretaría de Finanzas de sus funciones.

Para poder desempeñar sus funciones de una manera adecuada el Servicio de Administración Tributaria buscó estandarizar y garantizar niveles adecuados de la Calidad del Servicio que brinda en los módulos de atención del país. Buscando para ello su certificación.

Método de investigación

Por lo que se refiere al método, se planteó la utilización de un método orientado a conocer la Calidad del Servicio Factor Fundamental del Incremento en la Recaudación Fiscal, esto para determinar la influencia tanto positiva como negativa que tiene la Calidad del Servicio, esto con la finalidad de mejorar e incrementar la Recaudación Fiscal ayudado con un buen Clima Organizacional dentro de las oficinas recaudadoras.

Planteamiento del problema

La Calidad del Servicio se ha considerado como uno de los asuntos más importantes en la actualidad. El objetivo principal es cumplir los requerimientos del cliente y cerciorarse de que todos los procesos de la institución contribuyan a satisfacer las necesidades.

Se plantea la necesidad de ofrecer calidad en el servicio con la finalidad de que esto repercuta de manera positiva en un incremento de la Recaudación Fiscal.

Actualmente, la calidad es una característica muy apreciada por el contribuyente. Éste busca rapidez, confiabilidad, eficacia y garantía con algunas cualidades esperadas en la prestación del servicio.

A pesar de que es una institución que constantemente realiza procedimientos para la mejora continua de sus procesos, no conoce con certeza cuál es la opinión de sus contribuyentes acerca de la Calidad del Servicio recibido, si este elemento se aplicara, el contribuyente se da cuenta, lo platica y regresa, es ahí donde se tendría un elemento de diferenciación y un apoyo para que esto fuera una influencia en el incremento de la Recaudación Fiscal.

Los empleados son y siempre serán un factor clave para el éxito de la institución. Particularmente se menciona porque al interactuar empleado-contribuyente y la necesidad de este no se satisface, automáticamente le damos fuerza a la baja recaudación.

Es importante mencionar que la capacitación, motivación e incentivos hacia el empleado juegan un rol de suma importancia que cumplirán con la Calidad del Servicio que se brinde al contribuyente, ya que los empleados forman parte de los activos más importantes de la institución.

Es conveniente reconocer que actualmente el valor al cual están vinculadas sus necesidades, como podrían ser las características psicológicas, los factores externos como la economía los cuales podrían ser un obstáculo.

Se debe destacar que el logro y alcance de los objetivos comunes solo pueden concretarse si las personas que interactúan en la institución, establecen un contrato psicológico lo suficientemente fuerte que les permita desenvolverse en la misma, actuando de manera armónica con las normas, valores, estilos de comunicación, comportamientos, creencias, estilos de liderazgo, lenguajes y símbolos de la institución.

Observando las situaciones anteriores, surge la necesidad de considerar la importancia del Clima Organizacional como factores determinantes en la eficacia del personal que labora en las oficinas

recaudadoras, a fin de elevar los niveles de productividad y excelencia de este último, propiciando además climas de trabajo motivantes y retadores que permitan al personal desarrollar un trabajo en equipo para lograr los objetivos de la institución y con esto una mejor Calidad del Servicio que brindan.

Por consiguiente la finalidad de este trabajo es evidenciar la importancia de la Calidad del Servicio, sustentar por que ha tomado tanta fuerza, como ha cambiado con respecto a la calidad del Servicio que ofrecíamos hace 10 años. Con el objetivo de llevarlo a la práctica y crear una ventaja competitiva, obteniendo con esto como factor fundamental el incremento en la Recaudación Fiscal.

Justificación

En la actualidad, la Calidad del Servicio que brinda cualquier institución es una parte vital para su buen desempeño. Es importante mencionar que se debe de tener una buena comunicación interna dentro de la institución y saber de la necesidad de ofrecer un servicio de calidad al contribuyente, una vez difundida esta información, será más fácil y efectivo aplicarla, y de esta manera viéndose reflejado en el incremento de la Recaudación Fiscal.

En éste trabajo se trata de presentar y evidenciar la importancia de la Calidad del Servicio, con el fin de que las sugerencias representen un punto de apoyo para que se considere como un factor fundamental del incremento en la Recaudación Fiscal.

Hipótesis

Mediante la calidad en el servicio se pretende lograr el incremento en la recaudación fiscal.

Para la realización de esta investigación se plantearon las siguientes interrogantes.

Enunciado de la investigación

¿Cómo influye el clima organizacional de la institución en la Calidad del Servicio como Factor Fundamental del Incremento en la Recaudación Fiscal?

Preguntas específicas

- 1) ¿Cómo influye la relación laboral entre los funcionarios y jefes con su personal en la Calidad del Servicio como Factor Fundamental del Incremento en la Recaudación Fiscal?
- 2) ¿Cómo influye el definir claramente sus responsabilidades y el contar con los elementos para realizar sus funciones en la Calidad del Servicio como Factor Fundamental del Incremento en la Recaudación Fiscal?
- 3) ¿Cómo influye la imparcialidad laboral entre el personal en la Calidad del Servicio como Factor Fundamental del Incremento en la Recaudación Fiscal?
- 4) ¿Cómo influye el orgullo y la lealtad en la Calidad del Servicio como Factor Fundamental del Incremento en la Recaudación Fiscal?
- 5) ¿Cómo influye el compañerismo en la Calidad del Servicio como Factor Fundamental del Incremento en la Recaudación Fiscal?

Objetivo general

Determinar en qué medida la relación laboral de las autoridades y funcionarios con el personal, las funciones de los colaboradores, las condiciones generales laborales, el orgullo, la lealtad y el compañerismo; influyen y evidencian la importancia de la Calidad del Servicio como Factor Fundamental del Incremento en la Recaudación Fiscal.

Objetivos específicos

- 1) Identificar la influencia de las relaciones laborales entre los jefes y el personal en la Calidad del Servicio como Factor Fundamental del Incremento en la Recaudación Fiscal.
- 2) Investigar la percepción y expectativas de los colaboradores (cuentan con los elementos para su trabajo) hacia la Calidad del Servicio como Factor Fundamental del Incremento en la Recaudación Fiscal.
- 3) Detectar la imparcialidad de las condiciones laborales en la Calidad del Servicio como Factor Fundamental del Incremento en la Recaudación Fiscal.
- 4) Identificar la influencia del orgullo, lealtad y compañerismo en la Calidad del Servicio como Factor Fundamental del Incremento en la Recaudación Fiscal.

La calidad del servicio es, satisfacer, de conformidad con los requerimientos de cada cliente, las distintas necesidades que tienen y por la que se contrata al personal. La calidad se logra a través de todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios que se entregan. El grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances.

La mejor estrategia para conseguir la lealtad de los clientes se logra evitando sorpresas desagradables a los clientes por fallas en el servicio y sorprendiendo favorablemente a los clientes cuando una situación imprevista exija nuestra intervención para rebasar sus expectativas.

Con lo anterior podemos definir que La Calidad del servicio es: El grado en el que el servicio satisface las necesidades o requerimientos del consumidor, y en lo posible excederlos, lo que implica hacer las cosas necesarias bien y a la primera, con actitud positiva y espíritu de servicio.

Importancia de la calidad del servicio

La amabilidad, la honestidad, la formalidad, el profesionalismo, la eficacia y la eficiencia entre otros, son términos que describen características positivas y deseables en el servicio y la atención ofrecida por un negocio (sin importar el giro que éste tenga), y por tanto, son habilidades necesarias en el personal que lo conforma, sobre todo aquellos que están en contacto directo con los clientes sin embargo, en una situación óptima debería ser esto también un objetivo central de toda organización.

La importancia de contar con dichas características radica en que de su presencia y buen manejo depende dar al cliente una experiencia de compra/servicio de calidad que permita establecer un *Vínculo Emocional Positivo* que a su vez propicia la lealtad del cliente a la organización, lo cual suele ser un factor de crecimiento en el número de clientes y por lo tanto, determinante en el éxito o no de la organización, es decir, que en términos generales, la atención y el servicio de calidad representan una ventaja competitiva para el negocio.

Elementos de la calidad del servicio

El objetivo principal que persigue la calidad del servicio es la satisfacción plena del cliente. Se pueden matizar algunos elementos comunes como son:

- Lograr la satisfacción del cliente mediante un buen servicio.

- Conocer las expectativas de los clientes internos y externos de la organización.
- Nivel de excelencia que alcanza una organización y que se demuestra por la fidelidad de sus clientes.
- La satisfacción del cliente por recibir un producto y/o servicio de máxima calidad.

Existen otros elementos que contribuyen a determinar una calidad, a fin de ampliar la oferta de los productos o servicios con nuevos atributos, que la hagan más adaptada a las necesidades de los clientes, como son:

- Liderazgo: Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.
- Participación del personal: El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.
- Enfoque basado en procesos: Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.
- Enfoque de sistema para la gestión: Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.
- Mejora continua: La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta.
- Enfoque basado en hechos para la toma de decisión: Las decisiones eficaces se basan en la información y el análisis de los datos.
- Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor: Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación de este tipo, aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

Es importante realizar un diagnóstico de calidad del servicio de la institución para conocer en qué situación se encuentra la misma.

Principios de la calidad del servicio

- a. El cliente es el único juez de la calidad del servicio.
- b. El cliente es quien determina el nivel de excelencia del servicio y siempre quiere más.
- c. La institución debe formular promesas que le permitan alcanzar los objetivos, ganar dinero y distinguirse de sus competidores.
- d. La institución debe "gestionar" la expectativa de sus clientes, reduciendo en lo posible la diferencia entre la realidad del servicio y las expectativas del cliente.
- e. Nada se opone a que las promesas se transformen en normas de calidad.

- f. Para eliminar los errores se debe imponer una disciplina férrea y un constante esfuerzo.

Factores de evaluación de la calidad del servicio

Todos los clientes evaluamos la calidad que se nos brinda en el servicio que recibimos a través de la suma de las evaluaciones que realizamos a cinco diferentes factores:

1. Elementos tangibles: Se refiere a la apariencia de las instalaciones de la organización, la presentación del personal y hasta los equipos utilizados en determinada compañía (de cómputo, oficina, transporte, etc.). Una evaluación favorable en este rubro invita al cliente para que realice su primera transacción con la institución.
Es importante mencionar que los aspectos tangibles pueden provocar que un cliente realice la primera operación con nosotros, pero no lograrán convencer al cliente de que vuelva.
2. Cumplimiento de promesa: Significa entregar correcta y oportunamente el servicio acordado. Aunque ambos requisitos (entrega correcta y oportuna) pueden parecer diferentes, los clientes han mencionado que ambos tienen igual importancia, pues provocan su confianza o desconfianza hacia la institución. En opinión del cliente, la confianza es lo más importante en materia de servicio.
El cumplimiento de promesa es uno de los dos factores más importantes que orilla a un cliente a volver a nuestra organización.
3. Actitud de servicio: Con mucha frecuencia los clientes perciben falta de actitud de servicio por parte de los empleados; esto significa que no sienten la disposición quienes los atienden para escuchar y resolver sus problemas o emergencias de la manera más conveniente. Este es el factor que más critican los clientes, y es el segundo más importante en su evaluación. Después del cumplimiento, las actitudes influyen en el cliente para que vuelva a nuestra organización.
4. Competencia del personal: El cliente califica qué tan competente es el empleado para atenderlo correctamente; si es cortés, si conoce la institución donde trabaja y los productos o servicios que vende, si domina las condiciones de atención y las políticas, en fin, si es capaz de inspirar confianza con sus conocimientos como para que usted le pida orientación.
5. Empatía: La mayoría de las personas define a la empatía como ponerse en los zapatos del cliente (lo vemos hasta en comerciales de televisión), es decir que se tenga facilidad de contacto con la organización, que exista un alto nivel de comunicación entre la organización y el cliente, que se brinden los servicios que necesita y en las condiciones más adecuadas.

Relación entre la calidad del servicio y el clima organizacional

El éxito de una institución depende de la manera como sus empleados la asumen, es decir, como perciben el clima organizacional de la misma. Teniendo en cuenta que el clima organizacional es "La percepción de un grupo de personas que forman parte de una organización y establecen diversas interacciones en un contexto laboral". La consideración de si el clima es positivo o negativo por parte de los integrantes de la institución depende de las percepciones que realicen los miembros de la misma, quienes suelen valorar como adecuado, cálido o positivo a éste, cuando permite y ofrece posibilidades para el desarrollo del desempeño laboral y de esta forma aporta estabilidad e integración entre sus actividades en la organización y sus necesidades personales. Sin embargo, el clima organizacional también puede ser percibido como negativo por parte de los empleados cuando ellos observan un desequilibrio entre sus necesidades, la estructura y los procedimientos de la misma.

Con lo anterior, podemos mencionar que la base de la calidad del servicio en una institución es que esta cuente con un clima organizacional positivo, en el cual su factor humano tenga un desempeño laboral satisfactorio, y con esto proporcione a la institución considerables beneficios en cuanto a cuota de mercado, productividad, costes, diferenciación respecto a la competencia, lealtad y capacitación de nuevos clientes, por citar algunos de los más importantes.

Se estima conveniente dar una definición que en pocas palabras englobe el significado del término Clima Organizacional:

Es la forma en que un empleado percibe el ambiente que lo rodea. El Clima se refiere a las características del medio ambiente de trabajo, estas características son percibidas, directa o indirectamente por los trabajadores y causan repercusiones en el comportamiento laboral.

También podemos definirlo como; el ambiente donde una persona desempeña su trabajo diariamente, el trato que un jefe puede tener con sus subordinados, la relación entre el personal de la institución e incluso la relación con proveedores y clientes, todos estos elementos van conformando lo que denominamos Clima Organizacional, este puede ser un vínculo o un obstáculo para el buen desempeño de la organización en su conjunto o de determinadas personas que se encuentran dentro o fuera de ella, puede ser un factor de distinción e influencia en el comportamiento de quienes la integran. En suma, es la expresión personal de la "percepción" que los trabajadores y directivos se forman de la organización a la que pertenecen y que incide directamente en el desempeño de la organización.

Un buen clima o un mal clima organizacional, tendrá consecuencias para la organización a nivel positivo y negativo, definidas por la percepción que los miembros tienen de la organización. Entre las consecuencias positivas, podemos nombrar las siguientes: logro, afiliación, poder, productividad, baja rotación, satisfacción, adaptación, innovación, etc.

Entre las consecuencias negativas, podemos señalar las siguientes: inadaptación, alta rotación, ausentismo, poca innovación, baja productividad, etc.

En síntesis el Clima Organizacional es determinante en la forma que toma una organización, en las decisiones que en el interior de ella se ejecutan o en cómo se tornan las relaciones dentro y fuera de la organización.

Importancia de Clima Organizacional

El Clima Organizacional es un tema de gran importancia hoy en día para casi todas las organizaciones, las cuales buscan un continuo mejoramiento del ambiente de su organización, para así alcanzar un aumento de productividad, sin perder de vista el recurso humano.

El concepto de Clima Organizacional tiene importantes y diversas características, entre las que podemos resaltar:

- Las características del medio ambiente de la organización en que se desempeñan los miembros de ésta.
- Estas características son percibidas directa o indirectamente por los miembros que se desempeñan en ese medio ambiente, esto último determina el clima organizacional, ya que cada miembro tiene una percepción distinta del medio en que se desenvuelve.
- El Clima Organizacional es un cambio temporal en las actitudes de las personas que se pueden deber a varias razones: días finales del cierre anual, proceso de reducción de personal, incremento general de los salarios, etc.

- Las características organizacionales anteriores son relativamente permanentes en el tiempo, se diferencian de una organización a otra y de una sección a otra dentro de una misma institución.
- El Clima, las estructuras y características organizacionales y los individuos que la componen, forman un sistema interdependiente altamente dinámico.

Características de clima organizacional

El concepto de Clima Organizacional tiene importantes y diversas características, entre las que podemos resaltar:

- Tiene cierta permanencia, a pesar de experimentar cambios por situaciones coyunturales. Esto significa que se puede contar con una cierta estabilidad en el clima de una organización, con cambios relativamente graduales, pero esta estabilidad puede sufrir perturbaciones de importancia derivadas de decisiones que afecten en forma relevante el devenir organizacional. Una situación de conflicto no resuelto, por ejemplo, puede empeorar el clima organizacional por un tiempo comparativamente extenso.
- Tiene un fuerte impacto sobre los comportamientos de los miembros de la institución. Un clima malo, por otra parte, hará extremadamente difícil la conducción de la organización y la coordinación de las labores.
- Afecta el grado de compromiso e identificación de los miembros de la organización con ésta. Una organización con un buen clima tiene una alta probabilidad de conseguir un nivel significativo de éstos aspectos en sus miembros: en tanto, una organización cuyo clima sea deficiente no podrá esperar un alto grado de identificación. Las organizaciones que se quejan porque sus trabajadores " no tienen la camiseta puesta ", normalmente tienen un muy mal clima organizacional.
- Es afectado por los comportamientos y actitudes de los miembros de la organización y, a su vez, afecta dichos comportamientos y actitudes. En otras palabras, un individuo puede ver cómo el clima de su organización es grato y -sin darse cuenta- contribuir con su propio comportamiento a que este clima sea agradable; en el caso contrario, a menudo sucede que personas pertenecientes a una organización hacen amargas críticas al clima de sus organizaciones, sin percibir que con sus actitudes negativas están configurando este clima de insatisfacción y descontento.
- Es afectado por diferentes variables estructurales, como estilo de dirección, políticas y planes de gestión, sistemas de contratación y despidos, etc. Estas variables, a su vez, pueden ser también afectadas por el clima. Por ejemplo, un estilo de gestión muy burocrático y autoritario, con exceso de control y falta de confianza en los subordinados puede llevar a un clima laboral tenso, de desconfianza y con actitudes escapistas e irresponsables de parte de los subordinados, lo que conducirá a un refuerzo del estilo controlador, autoritario y desconfiado de la jerarquía burocrática de la organización... Este es un círculo vicioso del que resulta difícil salir, porque el clima y el estilo de dirección se esfuerzan mutuamente en una escalada que cuesta romper, por cuanto para hacerlo sería necesario actuar en un sentido inverso a lo que el sistema de variables estilo de dirección clima organizacional parecería requerir.
- El ausentismo y la rotación excesiva pueden ser indicaciones de un mal clima laboral.

Algo semejante ocurre con la insatisfacción laboral desmejorada. La forma de atacar estos problemas, por lo tanto, puede ser difícil, dado que implica realizar modificaciones en el complejo de

variables que configura el clima organizacional. En estrecha conexión con lo anterior, es necesario señalar que el cambio en el clima organizacional es siempre posible, pero que se requiere de cambios en más de una variable para que él sea duradero, es decir, para conseguir que el clima de la organización se establezca en una nueva configuración. Un buen clima o un mal clima organizacional, tendrá consecuencias para la organización a nivel positivo y negativo, definidas por la percepción que los miembros tienen de la organización.

Entre las consecuencias positivas, podemos nombrar las siguientes: logro, afiliación, poder, productividad, baja rotación, satisfacción, adaptación, innovación, etc. Entre las consecuencias negativas, podemos señalar las siguientes: inadaptación, alta rotación, ausentismo, poca innovación, baja productividad, etc.

Dimensiones de clima organizacional

Las dimensiones del clima organizacional son las características susceptibles de ser medidas en una organización y que influyen en el comportamiento de los individuos. Por esta razón, para llevar a cabo un diagnóstico de clima organizacional es conveniente conocer las diversas dimensiones que han sido investigadas por estudiosos interesados en definir los elementos que afectan el ambiente de las organizaciones.

Likert mide la percepción del clima en función de ocho dimensiones:

1. **Los métodos de mando.** La forma en que se utiliza el liderazgo para influir en los empleados.
2. **Las características de las fuerzas motivacionales.** Los procedimientos que se instrumentan para motivar a los empleados y responder a sus necesidades.
3. **Las características de los procesos de comunicación.** La naturaleza de los tipos de comunicación en la institución, así como la manera de ejercerlos.
4. **Las características de los procesos de influencia.** La importancia de la interacción superior/subordinado para establecer los objetivos de la organización.
5. **Las características de los procesos de toma de decisiones.** La pertinencia de las informaciones en que se basan las decisiones así como el reparto de funciones.
6. **Las características de los procesos de planificación.** La forma en que se establece el sistema de fijación de objetivos o directrices.
7. **Las características de los procesos de control.** El ejercicio y la distribución del control entre las instancias organizacionales.
8. **Los objetivos de rendimiento y de perfeccionamiento.** La planificación así como la formación deseada.

Litwin y Stringer resaltan que el clima organizacional depende de seis dimensiones:

1. **Estructura.** Percepción de las obligaciones, de las reglas y de las políticas que se encuentran en una organización.
2. **Responsabilidad individual.** Sentimiento de autonomía, sentirse su propio patrón.
3. **Remuneración.** Percepción de equidad en la remuneración cuando el trabajo está bien hecho.
4. **Riesgos y toma de decisiones.** Percepción del nivel de reto y de riesgo tal y como se presentan en una situación de trabajo.
5. **Apoyo.** Los sentimientos de apoyo y de amistad que experimentan los empleados en el trabajo.
6. **Tolerancia al conflicto.** Es la confianza que un empleado pone en el clima de su organización o cómo puede asimilar sin riesgo las divergencias de opiniones.

La investigación ha señalado que la elaboración del Clima Organizacional es un proceso sumamente complejo a raíz de la dinámica de la organización, del entorno y de los factores humanos. Por lo que muchas instituciones reconocen que uno de sus activos fundamentales es su factor humano. Para estar seguros de la solidez de su recurso humano, las organizaciones requieren contar con mecanismos de medición periódica de su Clima Organizacional que va ligado con la motivación del personal, lo cual puede repercutir sobre su correspondiente comportamiento y desempeño laboral. De acuerdo con esto, sabemos que el proceso requiere un conocimiento profundo de la materia, creatividad y síntesis, de todas las cosas que lo componen, por lo que el Clima Organizacional debe ofrecer calidad de vida laboral.

Funciones de clima organizacional

- **Desvinculación.** Lograr que grupo que actúa mecánicamente; un grupo que "no está vinculado" con la tarea que realiza se comprometa.
- **Obstaculización.** Lograr que el sentimiento que tienen los miembros de que están agobiados con deberes de rutina y otros requisitos que se consideran inútiles. No se está facilitando su trabajo, Se vuelvan útiles.
- **Espíritu.** Es una dimensión de espíritu de trabajo. Los miembros sienten que sus necesidades sociales se están atendiendo y al mismo tiempo están gozando del sentimiento de la tarea cumplida.
- **Intimidad.** Que los trabajadores gocen de relaciones sociales amistosas. Esta es una dimensión de satisfacción de necesidades sociales, no necesariamente asociada a la realización de la tarea.
- **Alejamiento.** Se refiere a un comportamiento administrativo caracterizado como informal. Describe una reducción de la distancia "emocional" entre el jefe y sus colaboradores.
- **Énfasis en la producción.** Se refiere al comportamiento administrativo caracterizado por supervisión estrecha. La administración es Medianamente directiva, sensible a la retroalimentación.
- **Empuje.** Se refiere al comportamiento administrativo caracterizado por esfuerzos para "hacer mover a la organización", y para motivar con el ejemplo. El comportamiento se orienta a la tarea y les merece a los miembros una opinión favorable.
- **Consideración.** Este comportamiento se caracteriza por la inclinación a tratar a los miembros como seres humanos y hacer algo para ellos en términos humanos.
- **Estructura.** Las opiniones de los trabajadores acerca de las limitaciones que hay en el grupo, se refieren a cuántas reglas, reglamentos y procedimientos hay; ¿se insiste en el papeleo " y el conducto regular, o hay una atmósfera abierta e informal?
- **Responsabilidad.** El sentimiento de ser cada uno su propio jefe; no tener que estar consultando todas sus decisiones; cuando se tiene un trabajo que hacer, saber que es su trabajo.
- **Recompensa.** El sentimiento de que a uno se le recompensa por hacer bien su trabajo; énfasis en el reconocimiento positivo más bien que en sanciones. Se percibe equidad en las políticas de paga y promoción.
- **Riesgo.** El sentido de riesgo e incitación en el oficio y en la organización; ¿Se insiste en correr riesgos calculados o es preferible no arriesgarse en nada?
- **Cordialidad.** El sentimiento general de camaradería que prevalece en la atmósfera del grupo de trabajo; el énfasis en lo que quiere cada uno; la permanencia de grupos sociales amistosos e informales.

- **Apoyo.** La ayuda percibida de los gerentes y otros empleados del grupo; énfasis en el apoyo mutuo, desde arriba y desde abajo.
- **Normas.** La importancia percibida de metas implícitas y explícitas, y normas de desempeño; el énfasis en hacer un buen trabajo; el estímulo que representan las metas personales y de grupo.
- **Conflicto.** El sentimiento de que los jefes y los colaboradores quieren oír diferentes opiniones; el énfasis en que los problemas salgan a la luz y no permanezcan escondidos o se disimulen.
- **Identidad.** El sentimiento de que uno pertenece a la compañía y es un miembro valioso de un equipo de trabajo; la importancia que se atribuye a ese espíritu.
- **Conflicto e inconsecuencia.** El grado en que las políticas, procedimientos, normas de ejecución, e instrucciones son contradictorias o no se aplican uniformemente.
- **Formalización.** El grado en que se formalizan explícitamente las políticas de prácticas normales y las responsabilidades de cada posición.
- **Adecuación de la planeación.** El grado en que los planes se ven como adecuados para lograr los objetivos del trabajo.
- **Selección basada en capacidad y desempeño.** El grado en que los criterios de selección se basan en la capacidad y el desempeño, más bien que en política, personalidad, o grados académicos.
- **Tolerancia a los errores.** El grado en que los errores se tratan en una forma de apoyo y de aprendizaje, más bien que en una forma amenazante, punitiva o inclinada a culpar.

Por tanto el personal de las oficinas recaudadoras, utilizará en forma responsable los recursos públicos que se le asignen para su operación, promoverá el trabajo en equipo, y buscará siempre el desarrollo profesional de colaboradores y compañeros, asegurando así el cumplimiento de los objetivos institucionales.

Conclusiones

Con lo todo anterior podemos decir que los colaboradores de las oficinas de recaudación fiscal, no cuentan con un buen ambiente laboral de tal forma que la Calidad del Servicio que brindan no es la adecuada y por consiguiente los contribuyentes evitan asistir a las instalaciones, causando con esto estar poco o mal informados de cómo realizar sus trámites, lo cual se ve reflejado en la Recaudación Fiscal.

Referencias Bibliográficas.

- Chiavenato Idalberto. 2000. Administración de recursos humanos. Colombia. Mc Graw Hill.
- Goncalves, Alexis. 2000. Fundamentos del clima organizacional. Sociedad Latinoamericana para la calidad (SLC)
- Brunet, Luc. El clima de trabajo en las organizaciones. Trillas. México. 1997
- ISO [2000]: Norma Internacional ISO 9001:2000, Sistemas de Gestión de la Calidad-Requisitos. Ginebra, Suiza.
- Teoría General del Derecho Administrativo.- Miguel Acosta Romero, Ed. Porrúa.- pág. 26
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

- Ley del Servicio de Administración Tributaria y su Reglamento
- Principios Generales de Administración Tributaria, Vallado Miguel Fausto Enrique, 1ª. Edición, PAC, México, 1986
- Enrique Arriaga Conchas. “Finanzas públicas de México”, Instituto Politécnico Nacional, 1996....
- Mejores Prácticas en la Administración Tributaria.- Alejandro Rodríguez Álvarez.- Fundación
- Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante, Cuarta Edición, de Ferrell O. C. y Hirt Geoffrey, McGraw-Hill Interamericana, 2004, Pág. 121.
- Negocios Exitosos, de Fleitman Jack, McGraw Hill, 2000, Pág. 283.
- Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica, Primera Edición, de Fonseca Yereña María del Socorro, Pearson Educación, México, 2000, Pág. 4.
- HERNÁNDEZ, R.; FERNÁNDEZ, C. Y BAPTISTA, P. Metodología de la investigación, McGraw-Hill, Madrid, 1999.
- FÉLIX VALLEJOS, A.; ORTÍ MATA M.; AGUDO ARROYO, Y. Métodos y técnicas de investigación social.
- Arturo Pantoja Ayala (2009) Tesis de Maestría: Clima Organizacional en el Municipio de Acuitzio Michoacán. U.M.S.N.H.

Libros:

Andersen, A. (1999). *El management en el siglo XXI*. Buenos Aires: Granica.

Hammer, M. y Champy, J. (1994). *Reingeniería*. Colombia: Norma.

Capítulo de libro

CILLARIO, L. (1991). “El engaño de la flexibilidad. Elementos para una crítica de la ideología de la automatización flexible”. En: Juan José Castillo (Comp.) *La automatización y el futuro*. Madrid: MTSS.

Artículos:

Powell, T. (2001). Competitive advantage: logical and philosophical considerations. *Strategic Management Journal*. Num. 22, Vol. I, pp. 875-888.

Aragon, A. y Sharma, S. (2003). A contingent resource-based view of proactive corporate environmental strategy. *Academia of Management Review*. Num. 1, Vol. 28, pp 71-88.

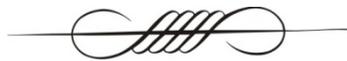
Fuentes electrónicas

Vandenbos, G., Knapp, S. and Doe, J. (2001). Role of reference elements in the selection of resources by psychology undergraduates [versión electrónica], *Journal of Bibliographic Research*, No. 5, pp 117-123.

CONACYT (2010). Reglamento del Sistema Nacional de Investigadores. Recuperado el 15 de junio de 2010, de <http://www.conacyt.mx>.

CAPÍTULO 2

EDUCACIÓN EN CONTADURÍA Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



EDUCACIÓN, INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

Horacio Mercado Vargas. homercadov@hotmail.com

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

El campo de la educación es el más idóneo para sembrar y cosechar, los frutos necesarios para resolver la enorme problemática que enfrenta la sociedad actual.

Por lo que es necesario dar a los alumnos de los distintos niveles educativos de México, una formación que responda a las nuevas exigencias, con la finalidad de que los egresados se puedan integrar a una economía altamente competitiva, por lo que es necesario hacer una revisión concerniente a la misión, visión, valores y filosofía que orientan a la educación.

Nuestro país, requiere urgentemente cambios sustanciales en el sistema educativo.

El comportamiento de los principales indicadores de financiamiento hacia la educación superior en México, así como las políticas que han definido su trayectoria en los últimos diez años, mantienen una tendencia contradictoria, en relación a las variables de mayor impacto y trascendencia.

Palabras clave: Educación, desarrollo, investigación, presupuesto, política.

Abstract:

The field of education is the most suitable for planting and harvesting, the fruits needed to solve the enormous problems facing society today.

Therefore it is necessary that students of different educational levels in Mexico, a training that meets the new requirements, in order that graduates can be integrated into a highly competitive economy, making it necessary to review relating to the mission, vision, values and philosophy that guide education.

Our country urgently requires substantial changes in the educational system. The behavior of the main indicators of funding to higher education in Mexico, and the policies that have defined his career in the last ten years, maintained a contradictory tendency in relation to the variables of greatest impact and significance.

Keywords: Education, development, research, budget and politics.

Desarrollo del tema.

Introducción:

Particularmente, es el campo de la educación, el más idóneo para sembrar y cosechar los frutos necesarios para resolver la enorme problemática que enfrenta la sociedad actual.

Los cambios acelerados, de esta época que los neoliberales han llamado de la globalización, son muchos: transformaciones en la ciencia y la tecnología; mala distribución de la riqueza y pobreza extrema; liberalización del comercio mundial; producción de bienes y servicios y competencia por los mercados; descontrol en los precios internacionales de los combustibles y de los bienes y servicios; crisis internacional en las finanzas; desempleo y subempleo; violencia y luchas por los recursos naturales y el agua dulce; violación de los derechos humanos; calentamiento global y deterioro ambiental; estancamiento y caída en el crecimiento del producto interno bruto; crisis en los valores; delincuencia e inseguridad; narcotráfico y otro tipo de delitos; y una recesión económica brutal que incide en todos los ámbitos humanos. (Mercado, 2011).

1.- Importancia de la educación para México.

Estos son aspectos que expresan, la necesidad de formar en las escuelas del país, generaciones que participen activamente en la resolución de la problemática social. Necesitamos formar personas diversificadas y dinámicas, que respondan ante este entorno tan cambiante, individuos versátiles con plena conciencia del acontecer diario, ciudadanos con espíritu de solidaridad con los demás miembros de la sociedad.

Es necesario dar a los alumnos de los distintos niveles educativos de México, una formación que responda a las nuevas exigencias, con la finalidad de que los egresados se puedan integrar a una economía altamente competitiva, por lo que es necesario hacer una revisión concerniente a la misión, visión, valores y filosofía que orientan a la educación.

La Globalización ha derribado fronteras en todos los ámbitos, indudablemente la educación no es la excepción. Por ello, México no puede, ni debe quedarse fuera, ni excluirse, dado que eso implicaría un grave retroceso. Si bien es cierto que la Globalización tiene aspectos negativos, debemos ver el lado positivo, entre lo que podemos destacar el acceso a una buena cantidad de información y a la tecnología, por lo que la educación debe estar atenta a esos ámbitos. (Mercado, 2011).

Los alumnos de los distintos niveles educativos de México, tienen que recibir una formación que responda a las nuevas exigencias, con la finalidad de que los egresados se puedan integrar a una economía altamente competitiva, por lo que es necesario hacer una revisión concerniente a la misión, visión, valores y filosofía que orientan a la educación.

El aprendizaje y la enseñanza son procesos complejos que demandan del profesor la aplicación de estrategias adecuadas para compartir, crear y recrear el conocimiento en el aula.

Las evaluaciones realizadas por los organismos internacionales a nuestro sistema educativo no lo dejan bien parado, tenemos enormes deficiencias que requieren atención inmediata y rápida de lo contrario corremos el riesgo de quedarnos varados y rezagados, en relación con los demás miembros de la comunidad internacional. (Mercado, 2011).

La gran cantidad de fenómenos sociales y naturales actuales expresan la necesidad de formar en las escuelas a las futuras generaciones, con un modelo educativo adecuado, con la finalidad de que participen activamente en la resolución de la enorme problemática.

Necesitamos formar personas diversificadas y dinámicas, que respondan ante el entorno cambiante. Individuos versátiles, con plena conciencia del acontecer diario, ciudadanos con espíritu de solidaridad con los demás miembros de la sociedad.

Es menester, realizar un seguimiento serio y continuo de las reformas curriculares en los diferentes niveles para valorar los resultados, su operatividad y eficacia. La educación tiene que orientando y formar alumnos en la búsqueda común de soluciones a los problemas que tiene la nación, el aprovechamiento racional de los recursos naturales, para asegurar la independencia política, económica y cultural del país.

2.- El índice de desarrollo humano y la educación.

Amartya Kumar Sen, economista bengalí, es conocido por sus trabajos sobre las hambrunas, la teoría del desarrollo humano, la economía del bienestar y los mecanismos subyacentes de la pobreza.

Recibió el premio Nobel de Economía en 1998, y el Bharat Ratna en 1999 por su trabajo en el campo de la matemática económica. Su obra más reconocida es su ensayo: Pobreza y hambruna: un ensayo sobre el derecho y la privación (Poverty and Famines : An Essay on Entitlements and Deprivation), de 1981. Demostró que el hambre no es consecuencia de la falta de alimentos, sino de desigualdades en los mecanismos de distribución de alimentos. Aparte de su investigación sobre las causas de las hambrunas, su trabajo en el campo del desarrollo económico ha tenido mucha influencia en la formulación del índice de desarrollo humano (IDH) de las Naciones Unidas.

Considera que uno de los mayores desafíos al modelo económico, que sitúa el interés propio como un factor fundamental de la motivación humana. Su trabajo ha ayudado a redirigir planes de desarrollo y hasta políticas de las Naciones Unidas.

Uno de sus más relevantes aportes es en el desarrollo de los indicadores económicos y sociales es el concepto de capacidad. Un gobierno tiene que ser juzgado en función de las capacidades concretas de sus ciudadanos. Pone de ejemplo, que en los Estados Unidos, los ciudadanos tienen el derecho constitucional a votar. Para él esto no significa nada; se pregunta si se reúnen todas las condiciones para que los ciudadanos puedan ejercer la capacidad de votar. Estas condiciones pueden ser de muchos tipos, desde el acceso a la educación hasta el hecho de que los ciudadanos tengan medios de transporte para tener acceso a las urnas. Sólo cuando estas barreras estén superadas se puede decir que el ciudadano puede ejercer su elección personal. (Mercado, 2010)

Su aproximación basada en las capacidades se enfoca en la libertad positiva, que es la capacidad real de una persona de ser o de hacer algo, en vez de la libertad negativa, que es común en economía y se centra simplemente en la no interferencia. En la hambruna de Bengala, la libertad negativa de los trabajadores rurales para comprar alimento no se vio afectada. Sin embargo, murieron de hambre porque no estaban positivamente libres para hacer cualquier cosa: ellos no tenían la libertad de alimentarse ni la capacidad de escapar de la muerte. (Mercado, 2010).

El IDH es calculado desde 1990 por el paquistaní Mahbub ul Haq. En gran parte, se basa en las ideas desarrolladas por Amartya Sen. El índice de desarrollo humano (IDH) que es una medición por país, elaborada por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Se basa en un indicador social estadístico compuesto por tres parámetros:

- Vida larga y saludable (medida según la esperanza de vida al nacer).
- Educación (medida por la tasa de alfabetización de adultos y la tasa bruta combinada de matriculación en educación primaria, secundaria y superior, así como los años de duración de la educación obligatoria).
- Nivel de vida digno (medido por el PIB per cápita PPA en dólares).

El gasto en educación es esencial para asegurar condiciones de bienestar en la población mexicana, pero ello no implica que, automáticamente, habrá "desarrollo humano" si se gasta mucho en dicho sector. Se necesita un diseño de políticas públicas donde cada acción gubernamental se enlace armoniosamente con otras y se reduzcan así, las contradicciones y paradojas que pudieran existir entre éstas.

El gobierno federal ha expresado que: "un México exitoso depende de su capital humano" y que "la educación es la gran palanca del desarrollo nacional", lo que no concuerda con la realidad, pues las políticas públicas y el presupuesto a la educación siguen siendo pobres. .

En México el gobierno ha manifestado que: "un México exitoso depende de su capital humano" y que "la educación es la gran palanca del desarrollo nacional". Estas expresiones del gobierno, asumen que la instrucción académica y el conocimiento son generadores primordiales que guían a las naciones hacia nuevos estadios de progreso, por lo tanto, su gobierno "actúa guiado por el principio de que la mejor inversión de cada peso presupuestal, sin duda, es la que se hace en educación" (La Jornada, 16.05.01).

Esta idea de progreso tiene sus raíces en la economía clásica; pero es hasta principios de la década de los sesenta que el premio Nobel de economía, Teodoro Schultz, desarrolló la que se conocería como "teoría del capital humano", que establecía indicadores para probar la existencia de una relación positiva entre la inversión educativa individual y la percepción futura de ingresos, así como entre el

gasto gubernamental en educación y el producto nacional. En la metodología de esta corriente el indicador crucial son las llamadas "tasas de retorno" que expresan la medida en que el gasto educativo se convierte en ganancia.

Para ilustrar dichos postulados, se resaltaban los casos de Japón y de las naciones asiáticas de nueva industrialización (Corea, Singapur, Hong Kong y Taiwán), cuyos escasos recursos naturales eran reemplazados por "capital humano", lo que les permitía crecer a tasas constantes.

Desde los años setenta, la difusión de las tesis del capital humano dio lugar a acelerados procesos de expansión de la matrícula educativa en todo el mundo. Pronto, sin embargo, comenzaron a manifestarse algunos efectos no esperados, y hasta cierto punto paradójicos, de la relación entre escolaridad e ingresos. Por ejemplo, en condiciones de escasez de empleo, es decir en fases recesivas del ciclo macroeconómico, tienden a disminuir los salarios de la población educada y a ser desplazados los segmentos de población con menores niveles de instrucción. Para el mismo trabajo se exigen mayores niveles de escolaridad, independientemente de los requisitos de conocimiento auténticos de los puestos. Este proceso, conocido como "inflación educativa", pone en duda la regla empírica de que a mayor educación mejores oportunidades económicas individuales y sociales.

Asimismo, la relación entre educación y crecimiento económico se cuestiona también del lado de los resultados cualitativos de la sola inversión económica en educación.

Así por ejemplo, el semanario inglés *The Economist*, señaló que, aunque Estados Unidos gasta, en términos absolutos, más que cualquier otro país en educación, éste registra resultados pobres en términos de calidad y competitividad, por lo que "el cambio en las escuelas de ese país son imprescindibles".

Cabe señalar que en nuestro país, en años no muy lejanos después de una severa reducción del gasto en educación como porcentaje del PIB durante la "década perdida" de los años ochenta, el gasto se venido incrementando constantemente desde los primeros años de la década de los noventa. En ese entonces, la estrategia del desarrollo nacional era la modernización por eso el gobierno mexicano pretendía impulsar "vigorosamente un proceso de transformación educativa, condición indispensable para la modernización del país" (Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994).

3.- La investigación científica, la educación superior y el presupuesto.

Por otro lado, es necesario comentar que México gasta, en investigación científica, una cantidad que es equivalente a un cuarto de lo pagado por intereses de la deuda pública, de tal forma que se destina sólo 0.4% del PIB a este rubro. Suecia es la nación de la OCDE, que más asigna a este rubro: 3.8 de su producto interno bruto. En un año el país registra dos patentes por millón de habitantes.

El Banco Mundial ubicó a México como la decimotercera economía del mundo, aunque situó al país en el sitio 75 de 186 países si la medición se hace respecto de la capacidad de compra del ingreso de sus habitantes. Pero en cuanto al gasto en investigación y desarrollo (I+D) es el país más rezagado entre las naciones que conforman la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), de acuerdo con un reporte de este organismo. (La jornada, 21/04/2010).

México por el porcentaje que destina a este ámbito, se ubica en el último sitio entre las naciones que pertenecen a ese organismo, y que a precios actuales equivale a 51 mil 450 millones de pesos, unos 3 mil 958 millones de dólares, indicó el informe OECD regions at a glance 2009. El país también ocupa el último puesto en cuanto a personal ocupado que se desempeña en las áreas científicas y tecnológicas y en registro de patentes, de acuerdo con el organismo.

El último año, el pago de intereses de la deuda pública significó una erogación de recursos públicos por 235 mil 96 millones de pesos, cantidad que cuadruplica los recursos destinados por el país a investigación y desarrollo y que no incluye otros 30 mil millones de pesos que se emplean cada año para financiar el costo del rescate bancario de 1995, que se sigue pagando con fondos públicos, indican datos de la Secretaría de Hacienda. (Mercado, 2010).

El desarrollo de innovaciones en las regiones, es crucial para mejorar en general la competitividad de las regiones y lograr el crecimiento de las naciones en el largo plazo, apunta un reporte de la OCDE, organismo con sede en París que agrupa a naciones altamente desarrolladas y de nivel medio de desarrollo.

La OCDE, bloque al que pertenece México desde 1994, define la investigación y el desarrollo como: “el trabajo creativo realizado de manera sistemática con el fin de incrementar el acervo de conocimiento del hombre, la cultura y la sociedad, y la utilización de ese acervo de conocimiento para desarrollar nuevas aplicaciones”. (Mercado, 2010).

El organismo menciona que una mayor inversión en investigación y desarrollo básicos generará más aplicaciones científicas y tecnológicas. Esta percepción lineal de la forma en que se desarrolla el proceso de innovación, ubica a la inversión en I+D como un factor fundamental detrás del progreso tecnológico y, eventualmente, del crecimiento económico, considera. (Mercado, 2010).

En promedio, el gasto destinado por los países de la OCDE a investigación y desarrollo es equivalente a 2.3 por ciento del producto interno bruto del bloque. El país más avanzado en este sentido es Suecia, que destina 3.8 por ciento de su PIB a I+D, seguido por Finlandia (3.5), Japón (3.4) y Corea del Sur (3.1 por ciento). (Mercado, 2010).

El último puesto es ocupado por México, que gasta el equivalente a 0.4 por ciento del PIB en investigación y desarrollo, menos que la República Eslovaca, que canaliza 0.5 por ciento; y Polonia, Turquía y Grecia, con 0.6 por ciento de su producto interno bruto en cada caso. (Mercado, 2010).

Casi dos terceras partes de los mexicanos en edad y condición de trabajar obtienen su sustento en la calle. En un país con una población económicamente activa (PEA) de 43.5 millones de personas, sólo 15 millones tienen una plaza en el sector formal de la economía, indican datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Y respecto de ese total, en labores relacionadas con la ciencia y la tecnología sólo se ocupa un puñado de personas.

El reporte de la OCDE también ubica a México en el último sitio en este sentido. En el país sólo dos de cada mil empleados (formales) labora en actividades relacionadas con la investigación y el desarrollo. En contraste, en Finlandia, el mejor posicionado en este rubro, la relación es de 32 por cada mil. (Mercado, 2010).

Así que, a partir de esos datos, se puede establecer que en México trabajan en actividades relacionadas con I+D unas 30 mil personas. El personal ocupado en I+D, de acuerdo con la definición de la OCDE, incluye a todas las personas ocupadas directamente en actividades de investigación y desarrollo, tanto investigadores, proveedores directos de servicios, gerentes y administrativos. (Mercado, 2010).

Otro terreno relacionado con la ciencia y la innovación en que el país es colero tiene que ver con el registro de patentes. En el caso de México, sólo se registran anualmente dos patentes por cada millón de habitantes, mientras en Polonia y en Turquía tres, en cada caso; y siete en la República Eslovaca, por citar los países en la parte más baja de la clasificación.

Los punteros en este rubro son: Finlandia, con 271 patentes anuales por cada millón de habitantes; Suecia, con 270 y Suiza con 265, de acuerdo con el reporte de la OCDE. (La Jornada, 10 de mayo de 2009).

El comportamiento de los principales indicadores de financiamiento hacia la educación superior en México, así como las políticas que han definido su trayectoria en los últimos quince años, mantienen una tendencia inadecuada y contradictoria.

Las variables que se deben considerar al hacer un análisis de la educación superior son:

- Calidad y pertinencia social.
- Equidad.
- La transformación en los paradigmas del aprendizaje.
- La internacionalización.

- La autonomía, la interculturalidad y la democracia ciudadana.

Es evidente que no hay coordinación ni articulación de esfuerzos explícitos entre las diferencias instancias de planeación y determinación del presupuesto público hacia la educación superior.

Cabe señalar que el financiamiento público es uno de los principales instrumentos de planeación con los que se cuenta, y se puede observar que el país no cumple con este objetivo, dado que los esfuerzos que se realizan para orientar algunos cambios, se concentran en los denominados recursos extraordinarios, que por su naturaleza son insuficientes y se han manejado desde una perspectiva burocrática y de control, más que como un ejercicio de colaboración, de autoevaluación y de impulso de reformas sustanciales entre las instituciones y el gobierno.

En el manejo del presupuesto se carece de una política de Estado en materia de financiamiento, no hay una visión de largo plazo respecto de la construcción de un escenario definido y compartido desde la perspectiva también de un diferente proyecto nacional.

Es obvio que la orientación presupuestal ha beneficiado a la empresa privada, en lo general, y al dominio en algunas disciplinas de las instituciones privadas de educación superior, en lo particular. Por lo que la tendencia de comportamiento del financiamiento hacia la educación superior ha sido errática, pero ha permitido y privilegiado la expansión de los particulares, el financiamiento de los gobiernos estatales, y la responsabilidad del gobierno federal en la materia ha disminuido.

El comportamiento de los principales indicadores de financiamiento hacia la educación superior en México, así como las políticas que han definido su trayectoria en los últimos diez años, mantienen una tendencia contradictoria, en relación a las variables de mayor impacto y trascendencia.

La tendencia de comportamiento del financiamiento hacia la educación superior ha sido errática, pero ha privilegiado la expansión de los particulares, del financiamiento de los gobiernos estatales, y ha reducido la responsabilidad del gobierno federal.

Por otro lado, México invierte en un año el equivalente a 0.4 por ciento de su producto interno bruto (PIB) en investigación y desarrollo, porcentaje que lo ubica en el último sitio entre las naciones que pertenecen a la OCDE, y que a precios actuales equivale a 51 mil 450 millones de pesos, unos 3 mil 958 millones de dólares, indicó el informe *OECD regions at a glance 2009*. El país también ocupa el último puesto, en cuanto a personal ocupado que se desempeña en las áreas científicas y tecnológicas y en registro de patentes, de acuerdo con el organismo.

El último año, el pago de intereses de la deuda pública significó una erogación de recursos públicos por 235 mil 96 millones de pesos, cantidad que cuadruplica los recursos destinados por el país a investigación y desarrollo y que no incluye otros 30 mil millones de pesos que se emplean cada año para financiar el costo del rescate bancario de 1995, que se sigue pagando con fondos públicos, indican datos de la Secretaría de Hacienda.

Así pues, uno de los problemas para impartir una educación de calidad en México, se relaciona con la situación económica del país e internacional, la falta de recursos financieros obstaculiza las tareas; la escasez de medios para la construcción de infraestructura adecuada, el poco apoyo al docente, los bajos salarios; son limitantes del sistema educativo nacional afectando su crecimiento y calidad, las escuelas carecen de sustentos tecnológicos aplicados: como talleres, laboratorios, salas de computo, televisores, video reproductoras, proyectores y salas audiovisuales, espacios adecuados para las prácticas de campo, conexión con el mercado laboral, puntos que se podrían seguir enumerando.

Los gobiernos neoliberales se han encargado de dismantlar toda la estructura científica nacional, y lo mismo quieren hacer con la educación y sindicatos, a fin de cuentas, según ellos vivimos en una era de globalización, el problema es que eso nos hace dependientes en todo, con esta "crisis sanitaria" se viene a poner de manifiesto que la salud, educación-investigación y agricultura son, pues, sectores que afectan a la seguridad nacional, aunque muchos tengan la idea de que ésta solamente está ligada a situaciones de guerra, no es así.

Tenemos un país hermoso, que tiene todos los recursos para ser grande y sobre todo la riqueza de su gente y sus costumbres. Desagraciadamente la población de muchos estados de nuestro país, migran hacia la Unión Americana, por la falta de oportunidades.

Conclusiones:

- Indudablemente que el campo de la educación, es el más idóneo para sembrar y cosechar los frutos necesarios para resolver la enorme problemática que enfrenta la sociedad actual.
- Es necesario que los alumnos de los distintos niveles educativos de México, reciban una formación que responda a las nuevas exigencias, con la finalidad de que los egresados se puedan integrar a una economía altamente competitiva, por lo que es necesario hacer una revisión concerniente a la misión, visión, valores y filosofía que orientan a la educación
- México requiere un modelo educativo en el que se formen personas diversificadas y dinámicas, que respondan ante el entorno cambiante. Individuos versátiles, con plena conciencia del acontecer diario, ciudadanos con espíritu de solidaridad con los demás miembros de la sociedad.
- El gasto en educación es esencial para asegurar condiciones de bienestar en la población mexicana, pero ello no implica que, automáticamente, habrá "desarrollo humano" si se gasta mucho en dicho sector. Se necesita un diseño de políticas públicas donde cada acción gubernamental se enlace armoniosamente con otras y se reduzcan así, las contradicciones y paradojas que pudieran existir entre éstas.
- Teodoro Schultz, desarrolló la que se conocería como "teoría del capital humano", que establecía indicadores para probar la existencia de una relación positiva entre la inversión educativa individual y la percepción futura de ingresos, así como entre el gasto gubernamental en educación y el producto nacional. En la metodología de esta corriente el indicador crucial son las llamadas "tasas de retorno" que expresan la medida en que el gasto educativo se convierte en ganancia.
- El Banco Mundial ubicó a México como la decimotercera economía del mundo, aunque situó al país en el sitio 75 de 186 países si la medición se hace respecto de la capacidad de compra del ingreso de sus habitantes. Pero en cuanto al gasto en investigación y desarrollo (I+D) es el país más rezagado entre las naciones que conforman la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), de acuerdo con un reporte de este organismo.
- La tendencia de comportamiento del financiamiento hacia la educación superior ha sido errática, pero ha privilegiado la expansión de los particulares, del financiamiento de los gobiernos estatales, y ha reducido la responsabilidad del gobierno federal.
- Nuestro país invierte en un año el equivalente a 0.4 por ciento de su producto interno bruto (PIB) en investigación y desarrollo, porcentaje que lo ubica en el último sitio entre las naciones que pertenecen a la OCDE, y que a precios actuales equivale a 51 mil 450 millones

de pesos, unos 3 mil 958 millones de dólares, indicó el informe *OECD regions at a glance 2009*. El país también ocupa el último puesto, en cuanto a personal ocupado que se desempeña en las áreas científicas y tecnológicas y en registro de patentes, de acuerdo con el organismo.

- Tenemos un país hermoso, que tiene todos los recursos para ser grande y sobre todo la riqueza de su gente y sus costumbres.
- Necesitamos escuelas, investigación y desarrollo y no armas.
- Educación, educación es la solución.

Referencias Bibliográficas

Libros:

Mercado, Horacio (2011), México necesita un nuevo modelo educativo, España: Editorial Académica Española.

OCDE (2007), La Educación Superior y las Regiones Globalmente, París: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.

Periódicos:

La Jornada (2009), La investigación en México, México: Periódico “La Jornada”, del 10 de mayo de 2009.

La Jornada (2010), Modelo educativo obsoleto, México: Periódico del día 21 de abril del 2010).

Fuentes electrónicas:

Mercado Vargas, Horacio (2011), La Educación y el Desarrollo en México, Revista Electrónica: Cuadernos de Educación y Desarrollo, V 3, No. 26, España, Recuperado el 26 de junio de 2011. Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/ced/26/index.htm>

Mercado Vargas, Horacio y Litzajaya Mercado Vargas (2008), Estrategias educativas. Edición electrónica gratuita. Texto completo. Consultado el 10 de mayo de 2011, en: www.eumed.net/libros/2008c/468/

Mercado Vargas, Horacio y Litzajaya Mercado Vargas (2010), Necesidad de una revolución educativa en México, Edición electrónica gratuita. Texto completo. Consultado el 28 de junio de 2011, en: www.eumed.net/libros/2010f/885/

OCDE (2007), Panorama de la Educación 2007. <http://www.oecd.org/dataoecd/16/47/39337306.pdf>. Consultado el 23 de diciembre de 2009.

POLÍTICAS PÚBLICAS Y CALIDAD DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR PÚBLICA EN MÉXICO

Miguel Ángel Medina Romero [mamedina@umich.mx]
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Jessica Hernández Morales [sikuame_78_51@hotmail.com]
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen

Alcanzar una educación de alta calidad con equidad debe ser una asignatura de primera importancia en la agenda de la política gubernamental, pues hoy más que nunca, queda claro que la educación constituye el factor fundamental de la prosperidad de los países y del bienestar de sus sociedades.

Y es que, la preocupación por la calidad es, quizá, lo que mejor caracteriza a los tiempos en que vivimos. Y tal preocupación se origina, precisamente ante un problema nodal: la deficiente calidad de la educación que se imparte en nuestras diferentes escuelas primarias, secundarias, preparatorias y centros de educación superior. A decir de Granados Chapa, “la falta de calidad, la calidad insuficiente, es un problema social. Su práctica cotidiana genera un consumidos, es decir una persona, es decir un ciudadano, o suspicaz o sumiso. La falta de calidad engendra falta de calidad. Contiene un potencial subversivo, de verdadera disolución social, puesto que propicia el cinismo y la frustración colectiva, la simulación de todos contra todos” (Granados Chapa, 1991: 6).

En el marco de estos planteamientos, el presente trabajo tiene como objetivo efectuar una disquisición en torno al rubro de la calidad educativa en México, en la consideración de la política gubernamental que las administraciones federales, del pasado y actual, han instaurado en el caso concreto de la educación superior pública. En un primer apartado se configura un marco conceptual sobre la calidad y la calidad educativa; y luego, se dedica un espacio para esbozar algunos de los motivos que otorgan interés a la calidad de la educación superior pública.

Posteriormente, se da cuenta de la política gubernamental de Educación en México, particularizando en las instituciones de educación superior públicas (IESP), a partir de sus antecedentes y la estrategia actual. En cuarto sitio se establecen algunas apreciaciones, reconocimientos y críticas sobre la actual política pública de educación superior de calidad. Y por último, se redactan algunas ideas a manera de apunte final.

Palabras clave: Políticas públicas, calidad educativa, educación superior, México.

Abstract

Our objective in this paper is to carry out a disquisition on the educative quality in México, being considered the governmental politic of the past and present, in the case of the superior and public education. In a first section one forms a conceptual frame on the quality and the educative quality; and then, a space is dedicated to outline some of the reasons that grant interest to the quality of the superior and public education. Later, the governmental policy of education in Mexico is exposed, distinguishing in the public institutions of superior education superior, from its antecedents and the present strategy. In fourth site some appreciations, recognitions and critics settle down on the present public policy of education quality superior. And finally, some ideas are written up becomes affected of final note.

Key words: Public policies, educative quality, superior education , México.

Introducción

En las últimas décadas, distintos organismos internacionales y multilaterales así como las políticas públicas de los países, han apuntado la importancia estratégica de la promoción de la educación como factor primordial para lograr el desarrollo sustentable y sostenido de las naciones. De ahí que la escolarización y la cobertura de la educación se encuentran en crecimiento constante en prácticamente todo el orbe.

Y es que, la preocupación por la calidad es, quizá, lo que mejor caracteriza a los tiempos en que vivimos. Y tal preocupación se origina, precisamente ante un problema nodal: la deficiente calidad de la educación que se imparte en nuestras diferentes escuelas primarias, secundarias, preparatorias y centros de educación superior.

En este contexto, el presente trabajo tiene como objetivo efectuar una exploración en torno al rubro de la calidad educativa en México, en la consideración de la política gubernamental que las administraciones federales, del pasado y actual, han instaurado específicamente en la educación superior pública.

1. El Concepto de Calidad Educativa

La calidad aplicada al ámbito de la educación, tiene que ver con un atributo que, por definición, resulta ser relativo, dinámico e histórico; o sea, medible a partir de su comparación ante algo; estimable únicamente como un proceso en constante transformación y cuya consideración está vinculada de forma obligada e inseparable a un contexto social e histórico específico (Santoyo, 2001).

Una revisión no rigurosa de la literatura en relación con la calidad y la excelencia académica permite advertir las múltiples definiciones que se han dado al concepto de calidad educativa. Por ejemplo, Astin señala que la excelencia académica es la que surge en una institución educativa “(...) que facilita los procesos de crecimiento personal y académico de maestros y estudiantes” (Astin, 1987: 6); Schmelkes sentencia que “(...) la calidad educativa es un fenómeno multideterminado; hay un conjunto de causas que son propias del contexto comunitario y familiar; otras son propias de las características del alumno individual” (Schmelkes, 2001: 16-20); y Martínez indica que la calidad educativa constituye una categoría conceptual que comprende la relevancia, la eficacia, la equidad y la eficiencia, como dimensiones fundamentales (Martínez Rizo, 2003).

Como ha podido verificarse, el concepto de calidad educativa resulta de tan amplio espectro en términos de significados, por lo cual es preciso apuntar aquí que cada institución educativa ha de fijar los criterios de calidad que desee impulsar, siempre en relación directa con necesidades específicas y el entorno⁴. Finalmente, lejos de consensuar una definición en torno al tópico que aquí ocupa -reto difícil *per se*-, se ha tratado de concretar en conceptos que permitan comprender la calidad educativa. Y en consecuencia, en las partes siguientes de este trabajo se abordarán las acciones que ayuden a alcanzar dicha calidad.

⁴ Es de esperarse que tales criterios sean definidos colegiadamente entre los miembros de la comunidad educativa, es decir, por maestros, alumnos, padres de familia y directivos.

2. La Importancia de la Calidad en la Educación Superior Pública en México

Las instituciones de educación superior (IES), y fundamentalmente las universidades, en especial públicas, poseen una función de alta importancia en torno a la formación profesional y continua de recursos humanos del más alto nivel, así como en la generación, el desarrollo, la transmisión y la adecuación de los conocimientos en aras de satisfacer atinadamente las demandas de la sociedad contemporánea, por lo que el factor de la calidad en ellas debe entenderse como un imperativo estratégico para el desarrollo de los países (*Ídem*). De manera progresiva los centros universitarios son reconocidos como medios de desarrollo de las ciudades, las regiones y las naciones, y existe un amplio consenso en torno a estimárseles como un factor clave para lograr registrar aumentos en la competitividad y la calidad de vida.

En México, desde la perspectiva de la actual política gubernamental educativa, en el ámbito de la educación superior, “se consideran programas de calidad aquellos que alcanzan el nivel 1 que otorgan los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior y/o que son acreditados por el Consejo para la Acreditación de la Educación Superior. Los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior asignan nivel 1, 2 ó 3 a los programas que evalúan, siendo el nivel el único que certifica que el programa es de calidad” (Secretaría de Educación Pública, 2007). Y tomando como referencia el mismo caso, hoy en día no hay lugar a dudas que en la tarea y los resultados de las IES existe una justificada y creciente atención en relación con la calidad educativa, es decir, con la garantía de la observancia de la calidad en sus programas académicos así como en el cumplimiento de la misión de cada universidad -que obligadamente tiene que ver con coadyuvar al armónico e integral desarrollo del individuo y de la sociedad en general- (*Ídem*).

En este marco contextual, y dados los progresivos intercambios comercial y cultural así como la integración de las economías en la comunidad internacional, se ha generado un conjunto de impactos al interior de los países, tanto en el renglón de las actividades productivas como en el ámbito educativo. Y así, la educación se ha vinculado, de manera creciente, con la temática de la calidad, ya que una demanda de la sociedad actual y un imperativo de la exigente aldea global en que estamos inmersos lo es, precisamente, una educación de mayor calidad ante la necesidad de ser más competitivos (Sánchez Gutiérrez, *et al.*, 2006, 114-115).

3. La Política Pública Educativa en México

3.1 Precedentes

El antecedente inmediato de la actual política pública de educación se encuadra en el Programa Nacional de Educación 2001-2006 (PNE).

El PNE definió a la educación superior como el “medio estratégico para acrecentar el capital humano y social de la nación, y la inteligencia individual y colectiva de los mexicanos; para enriquecer la cultura con las aportaciones de las humanidades, las artes, las ciencias y las tecnologías; y para contribuir al aumento de la competitividad y el empleo requeridos en la economía basada en el conocimiento” (Poder Ejecutivo Federal, 2001: 183). Además, la política de educación de la administración federal 2000-2006 incorporó en su planteamiento dos elementos novedosos: El compromiso de metas específicas en los diferentes niveles educativos, así como un enfoque de largo plazo (25 años).

La política pública en comento sugirió incrementar la calidad de la educación en todos sus niveles y conceptualizó *un sistema de educación superior de buena calidad* como “aquél que está orientado a satisfacer las necesidades del desarrollo social, científico y tecnológico, económico, cultural y humano del país, es promotor de innovaciones y se encuentra abierto al cambio en entornos institucionales caracterizados por la argumentación racional rigurosa, la responsabilidad, la tolerancia, la creatividad y la libertad; cuenta con una oferta amplia y diversificada que atiende la demanda educativa con equidad, con solidez académica, y eficiencia en la organización y utilización de sus recursos” (*Ídem*). Y siguiendo en la revisión de su marco conceptual, el PNE sentencia que “un programa educativo de buena calidad cuenta con una amplia aceptación social por la sólida formación de sus egresados; altas tasas de titulación o graduación; profesores competentes en la generación, aplicación y transmisión del conocimiento, organizados en cuerpos académicos; currículo actualizado y pertinente; procesos e instrumentos apropiados y confiables para la evaluación de los aprendizajes; servicios oportunos para la atención individual y en grupo de los estudiantes; infraestructura moderna y suficiente para apoyar el trabajo académico de profesores y alumnos; sistemas eficientes de gestión y administración; y un servicio social articulado con los objetivos del programa educativo” (*Ibidem*, 183-184).

Finalmente, en cuanto a los problemas y retos que en el año 2001 enfrentaba la educación superior en México, éstos fueron concentrados en tres vertientes principales por el gobierno de Vicente Fox Quesada: a) El acceso, la equidad y la cobertura; b) la calidad, y c) la integración, coordinación y gestión del sistema de educación superior (*Ibidem*, 188).

3.2 El Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012

La nueva política gubernamental en materia educativa en México encuentra su principal referente en el Programa Sectorial de Educación 2007-2012 (en adelante PSE)⁵, mismo que, como el resto de programas sectoriales, fue confeccionado considerando como punto de partida la Visión México 2030 (Presidencia de la República, 2007) y el Plan Nacional de Desarrollo (Presidencia de la República, 2007), así como los lineamientos de la Ley de Planeación. Además, en el PSE se apunta que para enfrentar los retos de la calidad y la equidad, respondiendo a las necesidades y demandas de los maestros, padres de familia, empleadores y alumnos, así como a los requerimientos de la sociedad del conocimiento y de la globalización, habrá de impulsarse una reforma de nuestro sistema educativo a partir de la promoción de la evaluación de todos los actores y 17 procesos.

Igualmente, con un enfoque de largo plazo -metas de la Visión 2030-, el PSE expresa los objetivos, las estrategias y las líneas de acción que definen la actuación de las dependencias y de los organismos federales que pertenecen al sector educativo, en la estimación de que tales planteamientos se han derivado de una amplia consulta con actores relevantes del sector que han aportado elementos de diagnóstico y de acción. En términos generales, la actual propuesta gubernamental plantea incrementar la calidad de la educación en la integridad de sus niveles; y la novedad de dicha propuesta radica en su promoción de la evaluación para mejorar.

Así, el primero de los objetivos sectoriales del Programa contempla “elevar la calidad de la educación para que los estudiantes mejoren su nivel de logro educativo, cuenten con medios para tener acceso a un mayor bienestar y contribuyan al desarrollo nacional” (*Ibidem*, 3), considerando

⁵ El Programa Sectorial de Educación 2007-2012 ha sido articulado en el seno de la Secretaría de Educación Pública, con base en lo dispuesto en los artículos 48 y 49 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, y junto con el resto de programas sectoriales, institucionales, regionales y especiales, tiene como objetivo cardinal la atención de las prioridades y el desarrollo nacionales. (*Vid.* Secretaría de Educación Pública, 2007).

que para ello “los criterios de mejora de la calidad deben aplicarse a la capacitación de profesores, la actualización de programas de estudio y sus contenidos, los enfoques pedagógicos, métodos de enseñanza y recursos didácticos. (...) La evaluación será un instrumento fundamental en el análisis de la calidad, la relevancia y la pertinencia del diseño y la operación de las políticas públicas en materia de educación. [Y,] la evaluación debe contemplarse desde tres dimensiones: como ejercicio de rendición de cuentas, como instrumento de difusión de resultados a padres de familia y como sustento del diseño de las políticas públicas. Los indicadores utilizados para evaluar deberán ser pertinentes y redundar en propuestas de mejora continua” (*Ídem*).

3.2.1 El Diagnóstico

De acuerdo con el diagnóstico de la calidad de la educación superior elaborado por el actual Gobierno Federal, se reconocen como problemas principales los que a continuación se enlistan: 1) La escasa matrícula y deserción de los alumnos de educación superior, las cuales se relacionan con los rezagos e ineficiencias en los niveles previos, la pobreza de las familias y las características propias de las instituciones de educación superior⁶; 2) la concentración de la demanda educativa y la suboperación de muchas instituciones de educación superior; 3) la inexistencia de evaluaciones sistemáticas de resultados de aprendizaje de los alumnos, de desempeño de los maestros, directivos, supervisores y jefes de sector, y de los procesos de enseñanza y gestión; 4) la falta de vinculación entre la educación superior y el mercado laboral; 5) los atrasos y desigualdades en la infraestructura educativa; y 6) insuficiente capacitación de los maestros para la enseñanza, la investigación, la difusión del conocimiento y el uso de tecnologías, vinculándolas con los objetivos nacionales de elevación de la calidad educativa (Presidencia de la República, 2007: 178-180).

3.2 Los Objetivos

La Administración Pública Federal articuló los siguientes objetivos del Programa Sectorial de Educación 2007-2012, con el propósito de contribuir a un cambio cualitativo en los servicios educativos que se prestan para todos los niveles de instrucción (Secretaría de Educación Pública, 2007: 14): 1) Elevar la calidad de la educación para que los estudiantes mejoren su nivel de logro educativo, cuenten con medios para tener acceso a un mayor bienestar y contribuyan al desarrollo nacional; 2) ampliar las oportunidades educativas para reducir desigualdades entre grupos sociales, cerrar brechas e impulsar la equidad; 3) impulsar el desarrollo y utilización de tecnologías de la información y la comunicación en el sistema educativo para apoyar el aprendizaje de los estudiantes, ampliar sus competencias para la vida y favorecer su inserción en la sociedad del conocimiento; 4) ofrecer una educación integral que equilibre la formación en valores ciudadanos, el desarrollo de competencias y la adquisición de conocimientos, a través de actividades regulares del aula, la práctica docente y el ambiente institucional, para fortalecer la convivencia democrática e intercultural; 5) ofrecer servicios educativos de calidad para formar personas con alto sentido de responsabilidad social, que participen de manera productiva y competitiva en el mercado laboral; y 6) fomentar una gestión escolar e institucional que fortalezca la participación de los centros escolares en la toma de decisiones, corresponsabilice a los diferentes actores sociales y educativos, y promueva la seguridad de alumnos y profesores, la transparencia y la rendición de cuentas.

⁶ La educación superior capta únicamente a uno de cada cuatro jóvenes de entre 18 y 22 años de edad, de los cuales cerca del 94% efectúa estudios de licenciatura o sus equivalentes, y el 6%, aproximadamente, realiza estudios de posgrado. Específicamente, en 2006 la educación superior en el país alcanzó una cobertura del 25%. En tanto, para la misma anualidad, Estados Unidos, Italia, Reino Unido, Canadá y Japón, registraron coberturas, en el mismo nivel educativo, de 82, 63, 60, 57 y 54%, respectivamente. (*Cfr.* Presidencia de la República, 2007: 177-178).

De los objetivos referidos, el primero y el quinto aluden de forma directa al concepto de calidad educativa, por lo que en el siguiente apartado habrán de ser destacadas las estrategias y líneas de acción de tal rubro, y específicamente la calidad de la educación superior.

4. Apreciaciones sobre la Actual Estrategia Gubernamental de Educación Superior de Calidad

En un ejercicio de apreciación de la política de educación superior y los parámetros de calidad actuales y precedentes, desde la óptica de la universidad pública, se apuntan en los siguientes espacios algunas consideraciones para el reconocimiento, la reflexión y la discusión. En primer lugar, es de reconocer la institucionalización de la evaluación del aprendizaje, palanca de la calidad y su garantía, en la política educativa gubernamental.

En segundo término, también es posible observar algunas características de continuidad en las proposiciones del PSE, con respecto a las tendencias generales que han seguido las políticas educativas desde mediados de la década de los años ochenta, concretamente: 1) Políticas para el mejoramiento de la calidad educativa vinculadas a procesos de evaluación y distribución de recursos; 2) políticas de equidad sustentadas en acciones compensatorias hacia grupos focalizados; 3) adecuación de los procesos de formación a los requerimientos del mercado laboral, y 4) aplicación de tecnologías de la información y comunicación (TIC) a los procesos de formación. Y, a pesar del aspecto positivo que pudiesen tener estas políticas generales, es evidente que hasta la fecha existe una ausencia de los resultados esperados y por ende, preocupa que en el PSE se proponga su continuidad sin un examen mayor (*Idem*).

Sobre el primer punto de la segunda consideración general, el PSE propone para la educación superior la continuidad, ampliación y consolidación de muchas de las medidas de evaluación y certificación que se han venido aplicando a nivel de las instituciones, los programas, los académicos y los alumnos, para las instituciones públicas⁷. En perspectiva, el PSE plantea el incremento de las prácticas de evaluación en todos los niveles y modalidades del sector educativo e, incluso, algunas propuestas ya apuntan hacia el establecimiento de mecanismos para evaluar a los evaluadores. No obstante lo anterior, llama la atención la reducida eficacia que estas políticas han mostrado para promover un mejor desempeño del sector educativo, principalmente porque la evaluación se ha vinculado a la distribución de recursos económicos, en tanto que las políticas de apoyo a grupos focalizados han resultado insuficientes para contrarrestar los factores estructurales que limitan las posibilidades de estos grupos para mantenerse, avanzar y obtener mejores resultados académicos.

Sobre el segundo elemento de la segunda consideración general, en el PSE se aprecia la carencia de un examen sobre la viabilidad financiera de sus propuestas que sustente la posibilidad de concretarlas. Es de destacar que en el Programa no se apuntan propuestas concretas respecto a los compromisos del Estado en el financiamiento del sistema educativo, aunque se señala que "la estimación de los recursos para la ejecución del Programa estará determinada en los proyectos de presupuestos que anualmente sean presentados por la SEP y quedarán sujetos a la disponibilidad de recursos" (*Ibidem*, 5). Así, queda ignorada la Ley General de Educación que señala que desde el año 2006, los recursos anuales que debe destinar el Estado (Gobiernos Federal, Estatal y Municipal) al gasto educativo no debe ser menor al 8% del producto interno bruto (PIB), y de los cuales al menos

⁷ También, se incluye la revisión de los criterios que regulan el otorgamiento del Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (REVOE) en el caso de las instituciones privadas.

el 1% del PIB ha de corresponder con exclusividad al financiamiento de la investigación científica y tecnológica en las instituciones de educación superior. Por ello, siguen ausentes las bases para establecer una política de Estado relacionada con el financiamiento del sector educativo y la posibilidad de brindar presupuestos multianuales.

A decir del tercer elemento de la segunda consideración general en torno a la actual política educativa, es de señalarse que las medidas establecidas por PSE -que se orientan a adecuar los sistemas de formación a las necesidades productivas, partiendo del supuesto de que la formación que brinda el sistema educativo es deficiente o poco adecuada a los requerimientos del sector productivo y, por ello, a los egresados no les resulta fácil conseguir un empleo- consideran únicamente los factores de la oferta y no los de la demanda en el mercado de trabajo, lo cual hace poco probable que se logren resultados positivos; o sea, aunque es posible reformar los procesos de formación del sistema educativo, éste no tiene la capacidad para generar empleos, ya que ello le corresponde al sector productivo.

El cuarto y último punto de la segunda estimación de la política educativa vigente tiene que ver con las propuestas del PSE de ampliar la utilización de las TIC en los diferentes niveles y modalidades del sector educativo carecen de una propuesta pedagógica concreta, y no están acompañadas de algún análisis de viabilidad financiera que asegure estos servicios en los planteles escolares, ni tampoco se detallan los procesos de capacitación que sería necesario impulsar para asegurar que los docentes los usen de forma adecuada. Y, en este contexto, un aspecto que cobra relevancia es el de las modalidades de educación abierta y a distancia en todos los niveles -en tanto se prevé que se constituirán en uno de los mecanismos fundamentales a través de los cuales se ampliará la cobertura de la educación secundaria, media superior y superior-, y el de la supervisión y evaluación de los procesos de implementación de las TIC, por lo que una reflexión válida apuntaría hacia intentar resolver cómo es que las modalidades aludidas podrán responder, efectivamente, al reto de brindar una educación de calidad.

Una tercera consideración de orden general en torno al PSE reside en que la cuantificación de la calidad propuesta por el Programa tiene su fundamento en la medición del logro de metas prefijadas, basadas en indicadores mundiales. Así, la calidad educativa se percibe a través de la representación estadística de hechos, pasando por alto la evaluación cualitativa de parámetros de índole social y, sugiriéndose así una confusión entre fin y medio, entre la calidad y los indicadores para cuantificarla.

Finalmente, una cuarta estimación a formular sobre la política de referencia es la que tiene que ver con la factibilidad de esta última. La viabilidad de la política educativa que se ha estado comentando en este acápite reside en la capacidad de las autoridades gubernamentales para materializarla, capacidad que, a su vez, se encuentra condicionada por la disposición de recursos económicos, una articulación entre las acciones gubernamentales y de la sociedad, así como la generación de la certeza en la superación de la desigualdad, el principal problema político, social y económico que aqueja al sistema educativo en lo general (y a la educación superior en lo específico).

Reflexión Final

Como apunte final puede aseverarse que, en términos generales, la calidad en la educación es un concepto amplio y dinámico, por lo que cada institución educativa ha de fijar los criterios de calidad que desee impulsar, siempre en relación directa con necesidades específicas y el entorno.

Las propuestas del PSE no sólo reflejan continuidad con respecto a las políticas que se han venido estructurando desde mediados de la década de los ochenta, sino la intensificación de las mismas. Estas políticas generales relacionadas con la calidad, la equidad, el uso de nuevas tecnologías y la adecuación de los procesos de formación a los requerimientos del sector productivo, aún tienen resultados insuficientes debido a que muchas veces no son puestas en práctica y quedan sólo como recursos retóricos de los programas -y otras tantas, carecen de diseños adecuados-. Por ello sería oportuno establecer mecanismos que obligaran al gobierno a cumplir los compromisos establecidos en los programas sectoriales y en las leyes y normas que indican los compromisos que tiene con respecto al desarrollo del sistema educativo, pues en tanto ello no ocurra, continuará el incumplimiento de las responsabilidades del Estado con la educación.

Estamos de acuerdo con la actual política gubernamental de educación cuando señala que *México debe hacer de la educación, la ciencia y la tecnología los puntales de su desarrollo, pues en ellas está la solución de los más acuciantes problemas nacionales, y de ellas depende el incremento de la calidad de vida de la población. Y creemos pertinente, igualmente, en la necesidad de elevar la calidad de la educación para que los estudiantes mejoren su nivel de logro educativo, cuenten con medios para tener acceso a un mayor bienestar y contribuyan al desarrollo nacional.* Empero, si al recorrer las vías para medir y evaluar el concepto de calidad educativa, éste se extravía al reemplazarse por sus indicadores, sus parámetros cuantitativos o el acopio de acciones burocráticas inconexas o inertes, por buenos deseos que las motiven, se continuará con la toma de decisiones incorrectas como las que son el origen de los atrasos que padece la sociedad mexicana -y de los que aquí se ha dado cuenta de manera somera-.

Referencias

- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. (1999). *El Sistema Nacional de Educación Superior de México*. México: ANUIES.
- ----- (2001). *La evaluación superior en el siglo XXI, líneas estratégicas de desarrollo*. México: ANUIES.
- Astin, A. (1987). *Achieving educational excellence*. San Francisco: Jossey Bass Publishers.
- Barnett, R. (1992). *Improving Higher Education, Total Quality Care*. Buckingham: Open University Press.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe-United Nations Education, Science and Culture Organization (CEPAL-UNESCO). (1992). *Educación y conocimiento: Eje de la transformación productiva con equidad*. Santiago de Chile: CEPAL-UNESCO.
- Delors, J., Al Mufti, I., Amago, I., Carneiro, R., Cheng, F., Geremek, B., Gorham, W., Komhauser, A., Manley, M., Padrón Quero, M., Savané, M., Singh, K., Stavenhagen, R., Won Suhr, M., Nanzhao, Z. (1996). *La educación encierra un tesoro: Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la Educación para el Siglo XXI*. París: Ediciones UNESCO.
- González Ramírez, T. (2000). La evaluación y gestión de la calidad educativa. En: González Ramírez, T. (coordinadora). *Evaluación y gestión de la calidad educativa. Un enfoque metodológico*. Madrid: Ediciones Aljibe.
- Granados Chapa, M. A. (1991). *Memorias del II Congreso Internacional de Calidad Total*. México: FUNDAMECA.
- Labra Manjarrez, A. (2006). La educación superior. En: Solana, F. (Compilador). *Educación. Visiones y revisiones*. México: Siglo XXI Editores, S.A de C.V. Pp. 192-203.
- Lerche Vieira, S. (1992). Concepciones de calidad y educación superior. En: *Perfiles*

- Educativos*. 69. México.
- Martínez Rizo, F. (2003). Los apoyos. La planeación y la evaluación de la educación. En: Latapí, Pablo. (Coordinador). *Un siglo de educación en México I*. México: Fondo de Cultura Económica.
 - Noriega Chávez, M. (2000). *Las reformas educativas y su financiamiento en el contexto de la globalización: El caso de México, 1982-1994*. México: Plaza y Valdés y Universidad Pedagógica Nacional.
 - Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (1996). *Reseña de las políticas de educación superior en México: Recomendaciones de los examinadores externos*. México: OCDE.
 - Observatorio Ciudadano. (2008). El Programa Sectorial de Educación 2007-2012: Continuidad sin novedades. En: *La educación a debate 8*. Recuperado en: *e-Consulta. Periódico digital*. Sección: Punto de vista. Mayo 23. México. Recuperado en: [http://www.e-consulta.com/index.php?option=com_content&task=view&id=12898&Itemid=177].
 - Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2005). *Educación para todos: El imperativo de la calidad. Informe de seguimiento de la EPT en el mundo*. París: Ediciones UNESCO.
 - Poder Ejecutivo Federal. (1995). *Programa de Desarrollo Educativo 1995-2000*. México: Poder Ejecutivo Federal.
 - ----- (2001). *Programa Nacional de Educación 2001-2006*. México: Poder Ejecutivo Federal.
 - Presidencia de la República. 2007. *Plan Nacional de Desarrollo*. México: Presidencia de la República.
 - ----- (2007). *Primer Informe de Gobierno*. México: Presidencia de la República.
 - ----- (2007). *Visión 2030. El México que queremos*. Sistema Internet de la Presidencia. México: Presidencia de la República. Recuperado en: [<http://www.vision2030.gob.mx/>].
 - Real Academia de la Lengua. (2008). *Diccionario de la Lengua Española*. Vigésima segunda edición. Madrid: Real Academia de la Lengua. Recuperado en: [<http://www.rae.es/rae.html>].
 - Sánchez Gutiérrez, J., Pacheco Ornelas, M. C. y Gándara Mota, M. R. (2006). Modelo de calidad para instituciones de educación superior. En *Mercados y negocios*. 13, 7.
 - Santoyo, R. (2001). Reflexiones y propuestas para una reforma del sistema de educación superior. *Revista Perfiles* 66, XXII. México.
 - Schmelkes, S. (1994). *Hacia una mejor calidad en nuestras escuelas*. México: Proyectos Multinacionales de Educación Básica (PRODEBAS) y Educación Media Superior (PROMESUP); y Programa Regional de Desarrollo Educativo (PREDE). Organización de Estados Americanos (OEA). Colección INTERAMER No. 32. Serie Educativa.
 - ----- (2001). La evaluación de los aprendizajes en la educación básica. En: *Educación 2001. Revista de educación moderna para una sociedad democrática*. 70, 16-20. México

INNOVACIÓN EDUCATIVA EN ESCENARIOS VIRTUALES DE ENSEÑANZA – APRENDIZAJE, MEDIANTE UN MODELO PEDAGÓGICO DE FORMACIÓN DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO.

Dra. en C. Ed. Araceli Romero Romero chelitos_2@hotmail.com
Universidad Autónoma del Estado de México.

M. en C.T. C. Gabriela Gaviño Ortiz uapci.logistica@gmail.com
Universidad Autónoma del Estado de México

M. en I.S. Ma. de Lourdes Hernández Prieto lulahp2003@yahoo.com.mx
Universidad Autónoma del Estado de México

RESUMEN

La relevancia que han adquirido los debates y análisis sobre la formación docente en el marco de los nuevos escenarios educativos, conduce a preguntarse por las características que asume actualmente la actualización de profesores en el uso de modalidades alternativas y gestión de entornos virtuales en el proceso de enseñanza – aprendizaje en nivel superior. Un problema central sobre la discusión de formación de profesores en la Universidad, es el de la calidad de los procesos de actualización y el papel de las tecnologías de la información y la comunicación; observándolas desde la perspectiva de incorporación como herramientas en el marco del modelo educativo y no únicamente como transformaciones en sí mismas.

La Universidad Autónoma del Estado de México; a través de los programas educativos en modalidad a distancia; se encuentra a partir de septiembre 2007 en la necesidad de transformación en la formación de profesores en esta particularidad, que, de acuerdo al modelo de innovación curricular vigente desde el 2003, exige la apertura de modalidades alternativas que permitan, la transformación del proceso académico y formativo, así como ampliar las posibilidades de egreso mediante una educación productiva, competitiva y de calidad en el ámbito nacional e internacional.

Palabras clave: formación docente, modelo pedagógico de formación docente, escenarios virtuales de enseñanza – aprendizaje, educación a distancia, herramientas tecnológicas.

Abstract

The relevance that have acquired the discussions and analysis on teacher training in the framework of the new educational scenarios leads to wonder by the features that currently assumes the updating of teachers in the use of alternative modes and management of virtual environments in the process of teaching - learning in higher level. A central problem on the discussion of teacher training in the University, is the quality of the update process and the role of information and communication technologies; watching them from the perspective of incorporation as tools in the framework of the educational model and not just as transformations in themselves.

The Autonomous University of the State of Mexico; through form distance education programs; the transformation of the academic and educational process is from September 2007 on the need for transformation in the training of teachers in this feature, requiring the opening of alternative arrangements to allow, according to the model of curricular innovation force since 2003, as well as expand the possibilities of discharge through a productive, competitive education and quality at the national and international levels.

Keywords: teacher training, pedagogical model of teacher training, teaching - learning, distance education, technological tools virtual scenarios.

INTRODUCCIÓN

La educación en general, como transmisora del conocimiento, y en particular la educación superior, como generadora del mismo, es ahora reconocida como un medio fundamental para el desarrollo sostenible de las naciones. Este reconocimiento ha llevado a las instituciones educativas, a los gobiernos del mundo y a los organismos internacionales, a analizar y generar una amplísima información sobre las tendencias de la educación superior, modos y los espacios para aprender y desde luego, de las nuevas tecnologías.

El reto fundamental hoy día es repensar la educación superior, reflexionar colectivamente en torno a los grandes desafíos que el desarrollo acelerado impone a la sociedad mexicana en un tenor globalizado, como un elemento más de un todo en constante movimiento y transformación.

En este contexto, la discusión sobre la educación abierta y a distancia como modalidad alternativa y/o complementaria, adquiere importancia singular, no sólo en nuestro país, sino a nivel mundial, muestra de ello es el valor que se le concedió en la Conferencia Mundial sobre Educación Superior, convocada en 1998 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), en cuya declaración mundial se señala expresamente el papel de la educación abierta y a distancia y de las nuevas tecnologías de la información en apoyo a los procesos educativos y de investigación, destacando la manera en que la tecnología ha modificado las formas de elaboración, adquisición y transmisión del conocimiento, creando nuevos entornos pedagógicos capaces de salvar las distancias y con modalidades de aprendizaje virtuales que permitan una educación de alta calidad.

En tal sentido, como también lo señala la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) en el 2000, “que es necesario construir un sistema de educación superior abierto, de cooperación intensa que propicie la movilidad de académicos y estudiantes, y la innovación permanente de los procesos educativos”.

Hoy en día, son numerosas las instituciones de educación superior, públicas y privadas que reclaman abrir espacios de aprendizaje para capacitar, formar y actualizar a las personas cuyo perfil les impide ser parte de un grupo de estudio “tradicional”, donde la asistencia a un lugar y hora determinados es difícil dadas sus circunstancias. Estos escenarios han impulsado la diversificación e innovación de la oferta educativa en modalidades no convencionales.

Sin embargo, la ANUIES estableció algunas líneas generales para la construcción de modelos educativos innovadores para la educación superior en el siglo XXI, estos modelos de educación abierta o a distancia, se centran básicamente en formar estudiantes y ciudadanos críticos autónomos e informados.

La necesidad de reformular los planes de estudio y utilizar métodos que permitan superar el dominio cognitivo de las disciplinas; deben facilitar el acceso a nuevos planteamientos pedagógicos y didácticos y fomentarlos para propiciar la adquisición de conocimientos prácticos, competencias y aptitudes para la comunicación, el análisis creativo y crítico, la reflexión independiente y el trabajo en equipos en contextos multiculturales, en los que la creatividad exige combinar el saber teórico y práctico alcanzado con la ciencia y la tecnología de vanguardia.

Los nuevos métodos pedagógicos generan nuevos materiales didácticos que deben estar asociados a nuevos métodos de evaluación, que pongan a prueba las facultades de comprensión, la aptitud para las labores prácticas y la creatividad.

Otras consideraciones hechas durante la Conferencia de París enfatizan aspectos tales como que los procesos de enseñanza-aprendizaje deben estar centrados en el estudiante, renovar los contenidos, métodos, prácticas y medios de transmisión del saber; la reconceptualización de la práctica docente y el aprovechamiento óptimo de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTIC),

buscando nuevos tipos de vínculos y de colaboración con la comunidad y con los más amplios sectores de la sociedad.

El rol del docente también se transforma y más que el actor central de la enseñanza se convierte en un facilitador y guía de las experiencias de aprendizaje y, en ese mismo sentido, no es ya el único que dictamina y evalúa sino que es parte de un proceso evaluativo en el que participa también el estudiante, transformando su realidad en forma creativa y acorde con su propia circunstancia.

Las exigencias pedagógicas de un modelo a distancia conceptualiza el papel del maestro como un asesor que apoya, supervisa y orienta el proceso de adquisición del conocimiento, y no como un ente estático que sólo lo transmite.

En muchas ocasiones los profesores sin experiencia en estos entornos tecnológicos plantean metodologías que suponen un esfuerzo muy superior al que se puede obtener, basados en una metodología presencial. La docencia en línea no debe significar necesariamente una sobrecarga de trabajo, sino aprovechar las oportunidades que ofrece el entorno virtual.

El reconocimiento de los límites del uso de entornos virtuales en la enseñanza – aprendizaje (EVEA), es una opción para empezar a comprender la necesaria formación docente en esta propuesta de cambio, plantear una reflexión importante, pero ahora con un reto profundo y siempre en espiral progresiva.

La actualización del docente en los entornos virtuales en la enseñanza aprendizaje, debe colocarse en un carácter participativo; es decir, donde las personas implicadas participen a través de la Investigación – Acción, no sólo en la planificación, sino en las modificaciones.

Las universidades han modificado sus propósitos y procedimientos para dar repuestas a los cambios sociales. En estos momentos deben responder a los problemas y necesidades de una sociedad cambiante con mayor dinamismo. Es decir; la capacidad de las universidades y de los profesores para enfrentarse a los cambios deben de ir a la par de la globalización, los avances acelerados de la tecnología, haciendo realidad los nuevos conceptos emergentes tales como la formación para toda la vida, la enseñanza centrada en los estudiantes, la educación abierta y a distancia, los cambios del rol del profesor y las acciones necesarias como la actualización docente; la preparación de los modelos de enseñanza a distancia, relacionar estrechamente la sociedad y la universidad, entre la universidad y la empresa, la utilización intensiva de las tecnologías de información y comunicación; para producir las innovaciones y los cambios que se requieren.

Afrontar los desafíos de la educación que llegue a todos los alumnos y en la que todos aprendan a integrarse de forma activa a la sociedad, por lo que hay que acomodar los objetivos y contenidos del aprendizaje a los intereses de los jóvenes para este logro, la incorporación innovadora de las TIC en la enseñanza es una estrategia que debe reforzarse.

Uno de los retos pedagógicos de la formación de los profesores, es lograr que los alumnos mejoren sus aprendizajes aprovechando las tecnologías de información. Pero eso, supone configurar un nuevo escenario en las relaciones entre los docentes, los estudiantes, los contenidos y en la evaluación de todo el proceso de enseñanza y de aprendizaje. Por ello, la actualización de los docentes para que dispongan de las competencias necesarias que les permitan de forma natural incorporar las TIC en su práctica pedagógica, ello constituye una variable fundamental para garantizar el éxito del esfuerzo emprendido.

La Universidad Digital de la UAEM, ha llevado a reflexionar sobre los cambios en la labor docente, ya que ha mostrado insuficiencias en la utilización de las tecnologías de la información y comunicación por lo tanto no las aprovecha como posibilidades didácticas. Por lo que, es necesaria la participación de los profesores en el diseño de un programa de actualización docente y por otro lado, la Dirección de Educación Continua y a Distancia de la UAEM al establecer el modelo educativo y administrativo de educación a distancia de acuerdo al contexto curricular de la UAEM ha comenzado a resolver el problema; sin embargo, aun queda la pregunta de ¿Cómo contribuir a la actualización

del docente en el asesoramiento académico en entornos virtuales de enseñanza - aprendizaje, que permita el aprovechamiento de las tecnologías de información y comunicación como posibilidades didácticas en la Universidad Autónoma del Estado de México?

Objetivo General

Establecer un programa de actualización docente en el asesoramiento académico en entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje que sustentado teóricamente en un modelo pedagógico, permita el aprovechamiento de las tecnologías de información y comunicación como posibilidades didácticas en la Universidad Autónoma del Estado de México.

Preguntas de Investigación

- ⌘ ¿Cuáles son los antecedentes de la actualización docente en el asesoramiento académico en entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje en la Universidad Autónoma del Estado de México?
- ⌘ ¿Cuáles son los referentes teóricos sobre actualización docente en el asesoramiento académico en entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje en la Universidad Autónoma del Estado de México?
- ⌘ ¿Cómo se manifiesta al día de hoy la actualización al docente en el asesoramiento académico en entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje en la Universidad Autónoma del Estado de México?
- ⌘ ¿Qué sustentos teóricos – pedagógicos, requiere el modelo del programa de actualización docente en el asesoramiento académico en los entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje que permitan el aprovechamiento de las tecnologías de información y comunicación como posibilidades didácticas en la Universidad Autónoma del Estado de México?
- ⌘ ¿Cómo constituir un programa de actualización del docente en el asesoramiento académico en los entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje que permitan el aprovechamiento de las tecnologías de información y comunicación como posibilidades didácticas en la Universidad Autónoma del Estado de México?

Objetivos Específicos

- ✓ Analizar los antecedentes históricos de la actualización docente en entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje en la Universidad Autónoma del Estado de México.
- ✓ Establecer los referentes teóricos sobre la actualización en el asesoramiento académico en entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje en la Universidad Autónoma del Estado de México.
- ✓ Identificar los factores actuales que limitan o coadyuvan a actualizar al docente en el asesoramiento académico en entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje, que permitan el aprovechamiento de las tecnologías de información y comunicación en la Universidad Autónoma del Estado de México.
- ✓ Establecer un modelo pedagógico que sustente teóricamente el programa de actualización en el asesoramiento académico en entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje, que permita el aprovechamiento de las tecnologías de información y comunicación como posibilidades didácticas en la Universidad Autónoma del Estado de México.
- ✓ Instituir el programa de actualización a los docentes en el asesoramiento académico en entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje que permita el aprovechamiento de las tecnologías de información y comunicación como posibilidades didácticas en la Universidad Autónoma del Estado de México.

Justificación de la Investigación

La idea de implementación de la Licenciatura en Informática Administrativa, modalidad a distancia, en la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), florece en el Centro Universitario Valle de México (CUVM). En julio de 2007, fue aprobado por el H. Consejo Universitario de la UAEM, el programa educativo de la Licenciatura en Informática Administrativa, en modalidad a Distancia (LIAD). Este nuevo escenario educativo de introducción del uso de las TIC en la enseñanza y en el aprendizaje, en términos de adecuación curricular, procesos y resultados, se encuentra adaptándose a una nueva demanda social y como motor para la calidad en la educación universitaria.

Así pues, a partir de la dinámica en la que se oferta, la LIAD ha llevado consigo una ardua tarea en el proceso de actualización de profesores en modalidades alternativas y la gestión de entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje en la Facultad de Contaduría y Administración (FCA), pues las evidencias del carente seguimiento docente, muestran las insuficiencias en el aprovechamiento de las tecnologías de información y comunicación como herramienta didáctica, fueron claras desde el primer periodo de ejecución del asesoramiento virtual.

Los docentes propuestos para iniciar esta modalidad, fueron elegidos de acuerdo a su desempeño académico y su pedagogía presencial, esperando que dicho asesoramiento resultará productivo en acompañamiento del aprendizaje; sin embargo, en el portal de servicios educativos de la UAEM, SEDUCA®, fueron expuestas las carencias en su formación, orientadas básicamente hacia dos rubros, primeramente las estrategias didácticas en la promoción e impulso de la participación de los alumnos, así como en el desarrollo de habilidades del estudio independiente y estrategias metacognitivas que permitan al alumno construir su propio conocimiento, y el segundo, en el cual los docentes han mostrando la limitación a sólo evaluar y no a valorar ya que, en contraste a lo que se espera en los entornos virtuales de enseñanza - aprendizaje (EVEA), es guiar, facilitar, retroalimentar, acompañar, atender dudas y guiar a los alumnos hacia la resolución de problemas e implicar a los estudiantes en su propio aprendizaje.

Por lo tanto, se persigue la implementación de un programa de actualización docente en entornos virtuales de enseñanza aprendizaje adecuado al contexto académico de la UAEM, mismo que permitirá reflexionar y entender que no basta con ser un “buen docente presencial” para que ser un “buen asesor virtual”; actualización significa reflexionar sobre la necesidad de desarrollar competencias docentes virtuales; en suma, es consolidar una *adaptación* de la Universidad a la sociedad de la información, no sólo utilizando las tecnologías de información y comunicación sino también, y sobre todo, renovando pedagógicamente e innovando conceptualmente.

Indicadores para el análisis histórico

Los indicadores de formación docente en la educación a distancia, que se tomaron como base de análisis son:

- La influencia de la formación docente en la Educación a Abierta o a distancia en la educación superior y en la UAEM.
- La influencia de la actualización docente en los entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje en los organismos académicos, centros universitarios y unidades académicas profesionales.

Periodos determinados en la actualización docente en entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje en la Universidad Autónoma del Estado de México.

A continuación, se realiza una exploración histórica – tendencial acerca del surgimiento y transformación de la formación docente, así como la evolución e institucionalización de las modalidades alternativas como la educación abierta y a distancia en la educación de nivel superior y en las universidades integrantes de la ANUIES, éstas son:

Primera etapa: Etapa de participación docente como necesidad de formación docente en la educación superior en México. (1970-1984).

B) **Segunda etapa:** Etapa de definición y desarrollo de la formación docente dentro de la UAEM. (1991- 1999).

Tercera etapa: Etapa de institucionalización de la formación docente en las instituciones de educación superior y en la UAEM. (2000-2010).

Referentes empíricos sobre la actualización docente en entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje en la Universidad Autónoma del Estado de México.

En la actualidad los docentes deben formarse y experimentar dentro de entornos educativos que hagan un uso innovador de las TIC, ya que la tecnología se puede utilizar para reproducir prácticas pedagógicas tradicionales. Sin embargo, se trata de conseguir que los alumnos puedan experimentar también nuevas prácticas docentes, ya que el uso más interesante de la tecnología en la educación es como apoyo a formas más innovadoras de enseñanza y aprendizaje. La utilización de entornos virtuales de aprendizaje durante los períodos formativos, foros de discusión entre los estudiantes, “chat”, “wiki”, “webquest”, entre otras, ya son estrategias metodológicas que favorecen la integración.

Por otro lado, los planes de estudios abundan en estrategias para presentar los contenidos; sin embargo, a menudo no se refieren a cómo integrar las herramientas tecnológicas para apoyar dicho aprendizaje. Por esta razón, los encargados de desarrollar los planes de estudio dentro de la UAEM, en los cuales los docentes deben estar atentos a dicha carencia de vinculación tecnológica; encontrar formas apropiadas de incorporar el uso de herramientas tecnológicas a lo largo de todo el curso, diseñando además experiencias formativas prácticas para los futuros docentes. En este sentido, se considera la idea de establecer unos estándares asistirá a aseguramiento de una formación inicial más pertinente para el profesorado. Estándares que deben proporcionar indicadores que permitan valorar el grado de desarrollo de las competencias básicas determinadas.

Referentes teóricos sobre la actualización docente en entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje en la Univesidad Autónoma del Estado de México.

La presente investigación cualitativa de acuerdo al estudio constructivista, es una actividad integral que combina la investigación social, el trabajo educativo y la educación. La aplicación de la **Metodología de Investigación – Acción Participativa**, parte desde la perspectiva de verla como el simulacro de la verdadera participación; participación que no puede confundirse con una simple preocupación por encontrar el apoyo reflexivo de los implicados para los objetivos de conocimiento e intervención delineados por un dispositivo exterior a ellos.

La *investigación acción*, es un trabajo fundamentalmente educativo; orientado hacia la acción. La educación se entiende aquí no como transmisión didáctica de conocimientos, sino como el aprender por la búsqueda y la investigación de realidades más cercanas, y con el fin de solucionar un problema, o varios, y reorientar la acción y la vida.

MARCO METODOLÓGICO

Partiendo de la investigación educativa, y con la firme intención de aportar más que explicaciones de carácter causal, es interpretar y comprender la conducta humana desde los significados e intenciones de los sujetos que intervienen en la escena educativa. La aplicación del paradigma de investigación – acción en la presente investigación cualitativa, tuvo como propósito formar un equipo de docentes

preparados para el asesoramiento académico en los entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje de la Universidad Autónoma del Estado de México, describiendo que la actualización docente permitirá a los participantes entrar en un proceso de autorreflexión sobre sí mismos, los demás y la situación. Aceptar que no todo buen docente presencial será automáticamente, sin formación y sin práctica, un buen docente virtual.

La investigación educativa pretende llegar a la objetividad en el ámbito de los significados, usando como criterio de evidencia el pacto intersubjetivo en el contexto educativo. Acentúan la interpretación y la comprensión de la realidad educativa desde los significados de las personas involucradas y estudian sus intenciones, creencias, motivaciones y otras características no directamente manifiestas ni susceptibles de experimentación. (Del Rincón y otros, 1994, Pág. 40-41.)

La presente investigación cualitativa y al estudio constructivista, *resulta una actividad integral que combina la investigación social, el trabajo educativo y la educación*. La examinación del *mundo social*, a partir de las nuevas propuestas universitarias abogan porque el estudiante sea centro y protagonista del proceso de aprendizaje; así como el contexto en la que se da el aprendizaje. En *la educación*, ya no es fundamental pensar en una única modalidad de enseñar y aprender: presencial, mixta, virtual, distancia, sino que se defiende por la amalgama de posibilidades de saber encontrar la manera más eficiente de aprender, diseñando y posibilitando diferentes escenarios, diferentes contextos, diferentes estrategias según lo que se quiera aprender en cada momento. A través de las insuficiencias en el *trabajo educativo* en el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, reflexionar sobre los cambios en nuestra labor docente; interpretar, a partir de una variedad de concepciones y visiones de los participantes, por qué no las aprovecha como posibilidades didácticas; es decir, actuar frente a las realidades sociales, transformándolas desde el protagonismo de los actores.

La metodología de investigación – acción participativa aplicada en el presente trabajo, interpreta “lo que ocurre” desde el punto de vista de quienes actúan e interactúan en la situación problema. “La investigación acción es un estudio científico auto reflexivo de los profesionales para mejorar la práctica”, en McKernan, (1999, p. 25).

La *selección cualitativa de la muestra intencional*, fue de acuerdo al grado en que se ajustaron a los criterios establecidos por la propia coordinación de los cursos de actualización docente en EVEA “Creando la Universidad Digital”, misma que propone esta investigación, y los docentes llamados asesores académicos de la Facultad de Contaduría y Administración (Maestría en Administración, modalidad a distancia) y de Centro Universitario de Texcoco (Apoyo a sus programas educativos presenciales combinando la modalidad a distancia), plantean la necesidad de trabajar en equipo para que juntos modifiquen las circunstancias de cambio en la función docente, si realmente visualizan las ventajas de cambiar y evidencian los inconvenientes de no hacerlo. La reflexión en sí mismos y en grupo de los cambios del rol del docente en EVEA, la disposición al cambio de paradigmas educativos, experto o dominio de su tema, apertura de opinión, creativo, dinámico, disposición de aprender y búsqueda de una mejora continua; que la unidad de aprendizaje de dominio del docente esté contemplada dentro de los planes de estudio, mixtos y a distancia.

En la presente investigación la *muestra* de estudio, se identifica como *muestra casos – tipo*, lo que significa, trabajar en grupo y en este contexto es un intercambio de experiencias, profundidad y calidad de la información, reconociéndose con las mismas necesidades y problemas.

Métodos, técnicas e instrumentos de investigación utilizados

Para el primer objetivo específico de la presente investigación tomará como base el método de investigación teórica *histórico – lógico*, ya que se refiere a las tendencias de la educación a distancia y la actualización docente en entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje en la Universidad

Autónoma del Estado de México, mostrando el proceso *histórico* que origino, motivo o dio lugar a la existencia de la modalidad a distancia en la universidad misma, al mismo tiempo de mostrar los cambios de acuerdo a determinadas tendencia o expresiones que ayudó a interpretar las etapas de una manera secuencial. Y lo *lógico*, de acuerdo a los indicadores propuestos y las tendencias relatadas se puede deducir a la Universidad Digital de la UAEM como un resultado previsible de la necesidad de la actualización docente en entornos virtuales.

Para concretar el segundo objetivo específico, se aplicó el *análisis y síntesis* como método de investigación teórica, ya que el fenómeno de creación de programa de actualización docente en entornos virtuales es complejo examinándolo con detenimiento, aunque parece ser simple a primera vista, sin embargo, al indagar las causas de las insuficiencias del asesoramiento virtual por parte de los asesores académicos, fue necesario separar en partes el fenómeno, es decir hacer un *análisis* para estudiarlo de mejor manera. Y recomponer las partes de la problemática separada considerándola siempre como un todo.

La *entrevista abierta y observación participante*, así como los *grupos de discusión* como métodos cualitativos de investigación para el objetivo específico tres, ya que la *observación participante* se refiere a una práctica que consiste en vivir entre la gente que se estudia, llegar a conocerlos, a conocer su lenguaje y sus formas de vida a través de una curiosa y continuada interacción con ellos en la vida diaria, como se dio entre los docentes incorporados en la modalidad a distancia de la UAEM.

Para establecer el modelo pedagógico para el programa de actualización docente en el asesoramiento académico en EVEA, tal y como se define en el cuarto objetivo específico, se utilizará teóricamente el *modelamiento* y cualitativamente *la teoría fundamentada*. A este respecto, y siempre desde la perspectiva del aprendizaje en línea, es diseñar escenarios pedagógicos reales fundamentados en un teoría educativa sólida que permitirá obtener una conceptualización de los mismos y facilitará la definiciones de patrones de enseñanza y aprendizaje con ventajas como la modificación y utilización del entorno bajo diversos requisitos y configuraciones técnicas manteniendo la atención en los conceptos y contenidos y no en las limitaciones o particularidades tecnológicas, analizando a los docentes universitarios como patrones de enseñanza obtenidos de dicho análisis, a partir de lo que se hará la propuesta de solución relacionada con el modelo pedagógico para el programa de actualización docente en el asesoramiento académico en EVEA de la UAEM a través de la integración de herramientas conceptuales estudiadas en la presente investigación.

Los **cuestionarios** utilizados como **procedimiento y técnica** en búsqueda de una descripción clara del aprovechamiento de las tecnologías de información y comunicación como herramientas de innovación didáctica, las **escalas de estimación** de algunos cuestionamientos colocan en una posible contrastación de las deficiencias en la utilización y acercamiento con las innovaciones pedagógicas virtuales.

En la **investigación – acción del profesor**, Elliot, mencionado en Rodríguez (1999, 53-54) presenta ocho características de la investigación – acción en la escuela, investigación que analizará las acciones de los asesores virtuales, su desaprovechamiento de las tecnologías de la información y comunicación, la susceptibilidad de cambio de praxis docente en entornos virtuales de enseñanza aprendizaje, profundizar en la comprensión de cambio de rol docente que se requiere en la virtualidad, explicar lo que sucede, interpretar lo que debe ocurrir en un asesoramiento virtual limitado, aportar sus puntos de vista para explicar sus propias acciones docentes, participación libre.

La aplicación de la **investigación – acción participativa**, parte desde la perspectiva de verla como el simulacro de la verdadera participación; participación que no puede confundirse con una simple preocupación por encontrar el apoyo reflexivo de los implicados para los objetivos de conocimiento e intervención delineados por un dispositivo exterior a ellos. Hall y Kassan, mencionados en Rodríguez (1999, 55-56), señalan algunas características que debe cuidarse en la indagación; el

problema a estudiar tiene origen en el lugar de trabajo, el objetivo esencial es transformar y mejorar la práctica docente virtual beneficiando a los estudiantes, a la institución y a los mismos asesores académicos de la UAEM, fortalecer la toma de conciencia de los docentes virtuales de sus propias habilidades pedagógicas y recursos didácticos, valorar el compromiso docente y el trabajo colaborativo, para ser aprovechados mediante la tecnología de la información y comunicación que brindan los entornos virtuales y producir conocimiento en los estudiantes de esta modalidad.

RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO

De acuerdo con los instrumentos aplicados en la presente investigación cualitativa, **cuestionarios, entrevistas no estructuradas, observación no estructurada y los grupos de discusión** se obtuvo la información precisa para establecer cada nivel de análisis, así como los tópicos más específicos que iban a formar parte de los cursos del programa de actualización docente en EVEA; ya que cada uno de los instrumentos utilizados abordaron puntos fundamentales que un asesor académico virtual debe reflejara en sus respuestas y por ende en su actuar, por lo que se dividieron en dar respuesta a 4 aspectos: Conocimiento de la institución como prestadora de servicios educativos a distancia, las estrategias comunicativas, las estrategias didácticas y la evaluación en entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje.

A) **Educación a distancia en la institución:** el asesor tenía que mostrar su conocimiento de las características de los estudiantes para motivarlos, asesorarlos y orientarlos sobre aspectos académicos y personales, tomando en cuenta su diversidad, conocer los lineamientos que rigen a la educación a distancia en la UAEM y los roles que juegan en esta modalidad.

B) **Estrategias comunicativas:** el asesor académico debe organizar un entorno cálido, generando un clima de confianza y mostrando cercanía y accesibilidad. En este sentido, es necesario promover la comunicación personalizada para animar y ayudar a los estudiantes a aclarar sus metas, intereses y aspiraciones personales y profesionales. De este modo, puede facilitar en los estudiantes la toma de conciencia, aceptación y valoración de sus propias capacidades, habilidades y actitudes.

Asimismo, debe ayudar a los estudiantes a aclarar sus metas y objetivos de aprendizaje, para que puedan mantener el nivel de interés y esfuerzo necesario durante sus estudios a distancia, y superar las posibles dificultades que se les presenten.

C) **Las estrategias didácticas:** Aplicar las estrategias de enseñanza y de aprendizaje, el asesor debe orientar el proceso de estudio y ofrecer ayudas para el desarrollo de estrategias de aprendizaje acordes con la modalidad. Es necesario que el asesor oriente y retroalimente a los estudiantes en su proceso de adaptación a la modalidad en cuanto a la organización del estudio y el uso de estrategias de aprendizaje, para facilitar la construcción de conocimientos en las condiciones propias de la educación a distancia. Resultan de especial importancia las estrategias para la organización del tiempo, selección de fuentes de información y documentación, uso de bibliotecas y fuentes virtuales, desarrollo de las actividades de evaluación y uso de nuevas tecnologías.

Con respecto a la **planificación del proceso de aprendizaje**, esta función varía desde un asesor que trabaja con materiales y un diseño instruccional creados por otros, hasta uno que debe crear todo el contenido. Asimismo, le corresponde organizar y gestionar los medios y herramientas virtuales antes y durante el desarrollo de las actividades de aprendizaje.

Con **respecto al desarrollo y acompañamiento durante el proceso de aprendizaje**, el asesor académico debe conocer el contenido o materia de aprendizaje, así como dominar y manejar los materiales y medios virtuales, además de sus aplicaciones para el desarrollo de las actividades de aprendizaje.

D) **Evaluación del aprendizaje en entornos virtuales:** Finalmente, el asesor está obligado a realizar un seguimiento del progresivo avance y necesidades de los alumnos, tomando iniciativa en la

comunicación, desde un enfoque de evaluación formativa que diagnostica, motiva y orienta el progreso y la superación de cada uno y del grupo.

Es conveniente que, como parte de esta evaluación formativa, el asesor detecte posibles vacíos y dificultades que se presenten en el diseño de los contenidos o actividades propuestas en los materiales, o en el proceso de aprendizaje de los estudiantes, para poder complementarlos o aclararlos oportunamente.

MODELO PEDAGÓGICO PARA LA ACTUALIZACIÓN DOCENTE EN EL ASESORAMIENTO ACADÉMICO EN ENTORNOS VIRTUALES DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

La propuesta de un modelo pedagógico para los ambientes virtuales de aprendizaje, reconoce las transformaciones culturales asociadas a las tecnologías de la información y la comunicación entre la relación escuela y la sociedad.

El principio de “acompañante del aprendizaje” en entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje; se considera, para promover en los profesores una autoreflexión en los cambios educativos; es aceptar que no todo buen docente presencial será automáticamente, sin formación y sin práctica, un buen docente virtual.

La actualización docente en entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje articula el **modelo pedagógico en dos dimensiones la pedagógica y la comunicación en una clara relación del entorno tecnológico que son los entornos virtuales (figura 2)**; la calidad de un programa de educación a distancia debe basarse en la propuesta de la enseñanza y aprendizaje, en la calidad de los contenidos y en la calidad de las estrategias metodológicas que generan nuevas formas de aprendizaje y adaptabilidad de los procesos administrativos para los entornos virtuales de enseñanza aprendizaje (EVEA):

MODELO PEDAGÓGICO PARA LA ACTUALIZACIÓN DOCENTE EN EL ASESORAMIENTO ACADÉMICO EN ENTORNOS VIRTUALES DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

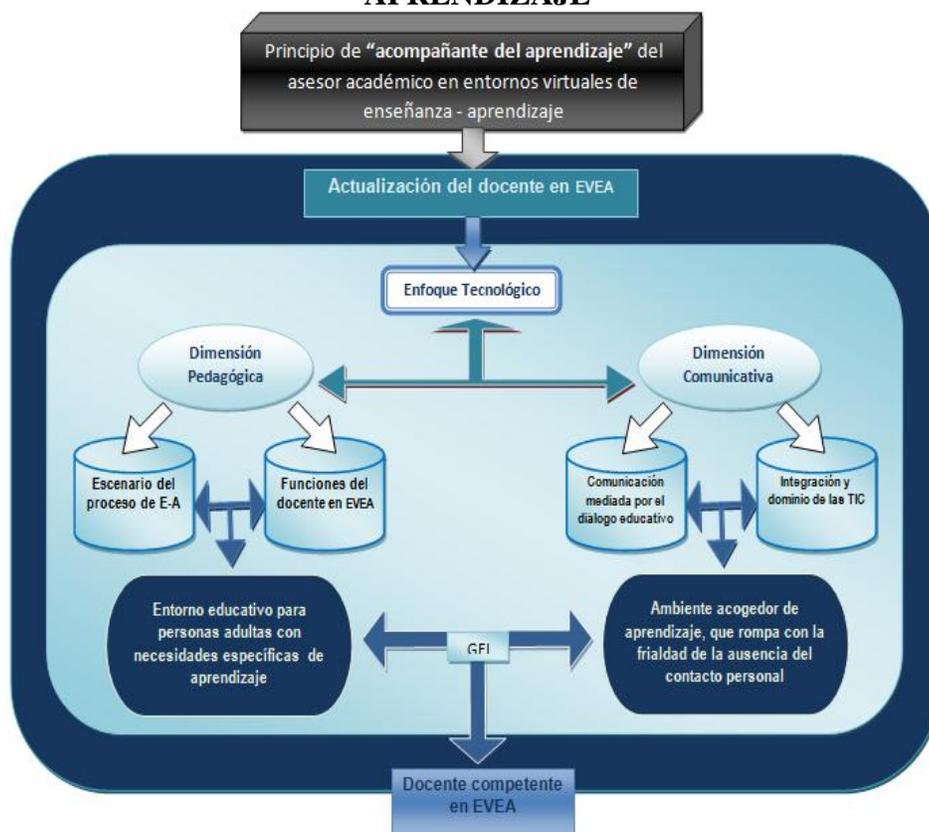


Fig. MODELO PEDAGÓGICO PARA LA ACTUALIZACIÓN DOCENTE EN EL
ASESORAMIENTO ACADÉMICO EN EVEA. Tesis Doctoral en Ciencias de la Educación. Araceli
Romero Romero. (2011).

La importancia de la utilización de ambientes virtuales en el proceso de enseñanza – aprendizaje se establece de acuerdo al incremento en la demanda educativa, la necesidad de nuevos modelos educativos que sean capaces de atender a toda esa población estudiantil y a la necesidad de formar docentes capaces de innovar, crear y aplicar el uso de las tecnologías, en la impartición de proyectos educativos novedosos y actuales, que ayuden a formar a estudiantes comprometidos con su propio aprendizaje.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después de haber presentado y discutido los marcos teórico, epistemológico y conceptual de referencia, la modelación e implementación del programa de actualización docente en el asesoramiento académico en los entornos virtuales de enseñanza – aprendizaje nombrado “Creando la Universidad Digital”, así como los resultados obtenidos en la investigación, enfatizaré a continuación cuales son las principales conclusiones que se desprenden de este trabajo, tanto por lo que se refiere al proceso de enseñanza - aprendizaje en la educación a distancia y la actualización del docente en entornos virtuales encontrados en esta investigación.

El primer aspecto que se destaca en la presente investigación es que los entornos virtuales de enseñanza-aprendizaje establecen una alternativa legítima para la educación continua y permanente de los docentes tanto en su desarrollo profesional, como con la teoría y la experiencia, y que

permiten analizar y reflexionar sobre la propia práctica docente, proponer y ser partícipe de proyectos de mejora en la educativa a distancia.

A través de la interacción con el material digital para la virtualidad o Guía de Estudio Independiente GEI, el estudiante se aproxima a los contenidos de aprendizaje y no sólo en una simple entrega de información, el proceso de enseñanza – aprendizaje en la educación a distancia debe cuidar las secuencias y estructuras en las que se presenta el contenido e ir verificando a su vez la pertinencia de las actividades y momentos de evaluación. De ahí que la figura del asesor académico para orientar y favorecer el intercambio de significados, que ofrezca ayuda para aprender a aprender en las condiciones propias de la modalidad. De esta manera, el tanto el asesor académico y la plataforma ofrecen la posibilidad de una mediación tecnológica y didáctica, estrategias motivacionales para facilitar el desarrollo de habilidades de aprendizaje independientes y favorecer el aprendizaje. Es decir, para que progresivamente se adapte y desarrolle un aprendizaje cada vez más autónomo, y significativo. Sin embargo, quedó claro que un buen docente presencial sin formación no siempre está preparado para ofrecer estas ayudas.

A través de los resultados de la presente investigación se **ha comprobado que aquellos asesores académicos que se desempeñaron como estudiantes en el programa de actualización docente en el asesoramiento académico en entornos virtuales de enseñanza-aprendizaje, incorporaron mejor las acciones didácticas aprovechando las herramientas tecnológicas en el diseño de materiales digitales en entornos virtuales constructivistas, el rol del asesor que comunica, y la reflexión “en” y “sobre” la acción de los docentes como enseñantes.** En este sentido, es necesario no sólo partir de casos o situaciones concretas en torno a los cuales cobre significado la nueva información, sino que además ésta debe ser contrastada con la experiencia práctica.

- Se deben incorporar mayores espacios de trabajo colaborativo en los que no sólo se aborden elementos conceptuales, sino que se oriente sobre todo la reflexión sobre la propia práctica docente virtual y sobre las posibles acciones de enseñanza estratégica a desarrollar en los entornos virtuales. Estos espacios permitirán compartir significados en torno a los nuevos elementos conceptuales y estratégicos y contrastarlos con la propia experiencia profesional, para empezar a “renombrar su práctica” y transformarla.
- Complementar los espacios de actualización docente en entornos virtuales, con espacios de asesoramiento sobre la práctica utilizando espacios virtuales o presenciales de acuerdo a las características y posibilidades del contexto. Este “acompañamiento en la práctica” ayudaría a recoger mayor información a nivel de discurso sobre la práctica de la docencia virtual, sus posibles logros y dificultades, así como brindar posibles ayudas para su mejora.
- Compartir el rol de asesor académico con otros especialistas que puedan retroalimentar, durante el proceso de actualización con mayor objetividad, sobre el tipo de ayudas que está brindando o debería brindar para lograr los objetivos propuestos.
- A partir del proceso seguido y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, se propone ampliar el conocimiento del tema desde las siguientes líneas de investigación:
 - Diseño de programas de aprendizaje en entornos virtuales dirigidos a estudiantes de la modalidad a distancia.
 - El uso de redes o foros virtuales como espacios de interacción educativa entre asesor académico y estudiantes orientados al aprendizaje en entornos virtuales y de manera colaborativa.
 - Impacto de la incorporación de las estrategias de enseñanza y aprendizaje para los entornos virtuales, a través de asesoramiento y retroalimentación en el aprendizaje de los estudiantes en la modalidad a distancia.

- Impacto de la incorporación de cursos de capacitación o actualización de educación continua, a través de entornos virtuales, en el aprendizaje de los estudiantes en la modalidad a distancia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANUIES (2000). *Elementos normativos a considerar para los Programas de educación superior impartidos en modalidades alternativas a la escolarizada*. México.
- ANUIES. (2001). *Diagnóstico de la Educación Superior a Distancia y Plan Maestro de Educación Superior Abierta y a Distancia*. Líneas estratégicas para su desarrollo.
- ANUIES (2004). *Propuesta de Marco de Referencia para la Evaluación de la Educación Superior a Distancia*. México.
- Bernard, J. L. (1985). *Hacia un modelo andragógico en el campo de la Educación de Adultos*. www.sistema.itesm.mx; p:4
- Berge, Z. (1995). *Facilitating computer conferencing: recommendations from the field*. *Educational Technology*, 35, 1, 22-30.
- Campos, M.A., CC. Sánchez, S. Gaspar y V. Paz. (1989). *La organización conceptual de los alumnos de sexto grado de Educación básica acerca del concepto de evolución*. En *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, Vol. 1, núm. 1-1. pp. 39 - 55.
- Cebrian de la Serna, M. (2003). *Análisis, prospectiva y descripción de las nuevas competencias que necesitan las instituciones educativas y los profesores para adaptarse a la sociedad de la información*.
- Del Rincón D.(1994). Latorre A. *Investigación educativa. Fundamentos y metodologías*. Edit. Labor, Barcelona.
- Elliot J. (2005). *La Investigación Acción en Educación*. Ediciones Morata. España.
- McKernan, J. (1999). *Investigación-acción y curriculum*. Madrid: Morata
- Medina, A. (1998). *La Educación a Distancia: marco y modelo para el desarrollo profesional de los formadores de personas adultas*. Cartagena de Indias: I Foro Iberoamericano de Educación a Distancia. UNED – AEI.
- Programa Nacional de Educación (PNE). 2001-2006.
- Programa Institucional de Innovación Curricular (PIIC). (2002). De la UAEM.
- Rodríguez, G. G., Gil, F. J. & García J. E. (1999). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Málaga, España:Aljibre

- Sampieri, Fernández y Baptista,. (2006). *Metodología de la Investigación*. 4ª Edición. Ed. McGarwHill. México.
- Secretaría de Docencia. (2009). Portal de Servicios Educativos de la UAEM. Dirección de Educación Continua y a Distancia.
- SEP. Secretaría de Educación Pública. *Programa Nacional de Educación, 2001-2006*.
- SEP. Secretaría de Educación Pública (1992). *La educación abierta y a distancia en México*. CIEAD. México.
- UAEM. (2004). *Gaceta Universitaria de la Universidad Autónoma del Estado de México*. Toluca, México.
- UAEM. (2005). *Manual de Organización de la Dirección General de Educación Continua y a Distancia de la Universidad Autónoma del Estado de México*. Toluca, México. Primera Edición.
- UAEM. (2007). *Licenciatura en Informática Administrativa, Modalidad a Distancia, Facultad de Contaduría y Administración*. Toluca, México.
- UAEM. (2009). *Programa de los 100 días*. Rector M. en C. Eduardo Gasca Pliego. Toluca, México.
- UNESCO. (2002). *Aprendizaje abierto y a distancia. Consideraciones sobre tendencias, políticas y estrategias*.
- UNESCO. Normas sobre Competencias en TIC para Docentes. Consultado: 12 enero 2010. <http://www.oei.es/noticias/spip.php?article2454>

USO DE UN SIMULADOR DE NEGOCIOS COMO HERRAMIENTA DE APRENDIZAJE PARA DESARROLLAR ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y LA CAPACIDAD DE TOMA DE DECISIONES A ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN DE LA U.A.E.M.”

Susana Ruíz Valdés srv_cm@hotmail.com Universidad Autónoma del Estado de México.
Juan Alberto Ruíz Tapia jart2005@gmail.com Universidad Autónoma del Estado de México.
Noelly Sarracino Jiménez nolysarr@hotmail.com Universidad Autónoma del Estado de México.

Resumen:

Esta investigación es producto de un proyecto de investigación registrado en la UAEMÉX: “Proceso de enseñanza-aprendizaje en la Universidad pública”, respecto al uso del simulador de negocios como herramienta de aprendizaje para desarrollar estrategias competitivas y toma de decisiones. Se explican los simuladores como herramienta educativa, sus principales aportaciones y la teoría que sustenta al aprendizaje basado en la simulación (teoría de Kolb), se efectuó una descripción de los factores que motivan a jugar y que hacen del simulador una actividad de aprendizaje y se explican algunas estrategias de aprendizaje. Con esta investigación podemos compartir las experiencias del mundo real mediante el simulador de negocios “Risky Business”. Se integran los conocimientos teóricos con sus aplicaciones prácticas y se formulan estrategias competitivas para lograr el éxito en las empresas. Se detalla cómo funciona el simulador, se explica el análisis y la interpretación de los resultados obtenidos respecto al uso del simulador.

Palabras clave: Simuladores de negocio, competitividad, educación.

Abstract:

This research is the product of a research project registered with the UAEMEX "teaching-learning process in the public university," regarding the use of business simulation as a learning tool for developing competitive strategies and decision making. Simulators are explained as an educational tool, its main contributions and the theory behind the simulation-based learning (Kolb theory), we carried out a description of the factors that encourage play and make the simulator a learning activity and explain some learning strategies. With this research we can share real world experiences through business simulation "Risky Business". They integrate theoretical knowledge with practical applications and formulating competitive strategies to succeed in business. It details how the simulator, we explain the analysis and interpretation of results regarding the use of the simulator.

Keywords: Simulation, competitiveness, education.

Introducción.

La educación está atravesando un cambio de paradigmas, orientado hacia un modelo activo, dejando atrás la concepción de la enseñanza y aprendizaje como transmisión y observación, abriendo las puertas a nuevas estrategias para el aprendizaje más significativo. En el campo de la formación y capacitación, el uso de las simulaciones está cada vez más difundido y los llamados simuladores son los medios para lograr aprendizaje a través de la recreación de situaciones de la vida real, aplicables

a cualquier área del saber. Un simulador, de acuerdo con el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española es: “aparato que reproduce el comportamiento de un sistema en determinadas condiciones, aplicado generalmente para el entrenamiento de quienes deben manejar dicho sistema”.

Un simulador de negocios, se puede definir como un modelo representativo de las operaciones de un mundo real, según (Gilbert, 2006) y que han sido utilizados como herramientas en el área de aprendizaje, porque permiten tomar decisiones de tipo financiero, producción, mercadotecnia y negociación, en un ambiente ficticio de manera que se pueda representar la realidad para los participantes, donde puedan desarrollar la capacidad de toma de decisiones y trabajo en equipo. Un simulador de negocios es una herramienta dinámica de formación, útil para el desarrollo académico de los estudiantes, ya que permite que comprenda de una manera más clara su papel como futuro profesional, teniendo la oportunidad de poner en práctica muchos de los conocimientos adquiridos durante su preparación académica sobre diversas áreas, que quizá solo aprendería en la práctica.

El uso de simulaciones en la enseñanza, es considerado como un aprendizaje vivencial dado que el alumno lleva a la práctica los conocimientos teóricos por medio del desarrollo de estrategias y toma decisiones en un ambiente simulado. Con esta herramienta, se permite a los estudiantes enfrentar situaciones gerenciales que deben aprender a resolver, de manera que, cuando en la vida real tengan cuestiones parecidas, puedan contar con algunos elementos de referencia para una toma de decisiones (González, 2001).

La función básica del simulador de negocios permite que los individuos que interactúen con él obtengan un aprendizaje práctico e integral. Debido a esto hay que situar al estudiante en un contexto que imite algún aspecto de la realidad y establecer en ese ambiente, situaciones similares a las que deberá enfrentarse de manera que pueda “experimentar” sin riesgo contribuyendo así a elevar su calidad educativa en su proceso de aprendizaje.

Según el National Training Laboratory: “aprender-haciendo” es diez veces más efectivo que las clases impartidas. La educación se enfrenta a un nuevo paradigma en la que se puede decir que la competencia profesional y las habilidades necesarias para el trabajo cambian constantemente; por ello la clave está en el “aprender-haciendo”. Al usar un simulador de negocios como herramienta de aprendizaje en estudiantes universitarios del área de negocios, permite a los alumnos poder dirigir empresas ficticias y aplicar sus conocimientos y habilidades adquiridos a lo largo de su preparación académica; por lo que para poder llevar a cabo esto, solo se requiere del uso de un software educativo donde puedan manipular variables relacionadas con algunas de las áreas de una organización.

Marco Teórico.

Los simuladores siempre se han llevado a cabo en cualquier época y lugar de la vida puesto que por naturaleza, el hombre tiende a simular situaciones reales antes de proceder a actuar o tomar una decisión en la vida real. Esto se ha visto desde siempre en diferentes áreas como en los deportes, el ejército, la protección civil, la aviación, las misiones espaciales, etc.

El simulador como juego es utilizado como herramienta dinámica de formación; por ejemplo; en los deportes, el entrenador del equipo simula un partido real dividiendo al equipo en dos para competir entre ellos mismo y así mejorar las estrategias para posteriormente aplicarlas al equipo

verdaderamente adversario.(Ballatore,2009).En el ejército, se simulan guerras en campos de batalla para que los soldados puedan mejorar sus habilidades físicas, de combate y estrategias y así se preparen para la guerra real. El gobierno, en el caso de protección civil, entrena al personal para saber cómo comportarse en caso de sismo, inundación, incendio para que al practicar los movimientos constantemente, sepan cómo actuar en caso de un siniestro real.

Los simuladores de vuelo hasta la fecha son las más conocidos pues entrenan al piloto, antes de empezar a volar realmente, a situarse frente a un simulador que contiene condiciones internas y externas con las que se enfrentara al salir a volar una vez que lo haga realmente. Sin embargo, en el área educativa los simuladores no han sido utilizados tan ampliamente. El desempeño en una empresa no es tarea sencilla puesto que una mala toma de decisiones o un mal manejo de los recursos puede implicar pérdidas económicas significativamente para la empresa y por tanto la posible desaparición de esta. Así como los soldados, los pilotos y los astronautas se preparan de manera práctica mediante el uso de simuladores para las situaciones que se encontrarán en el mundo real, también así debería de formarse a los profesionales del área de negocios mediante el uso de simuladores de negocios. (González, 2001).

En Europa, Estados Unidos, Canadá y Japón, la aplicación de simuladores de negocios en los programas de licenciatura o postgrado del área de negocios, se ha ido convirtiendo cada vez más en un elemento esencial para la formación de profesionales del campo económico administrativo. En México una de las universidades que ha implementado un centro de simulaciones con el fin de complementar el aprendizaje de los estudiantes en el campo de los negocios es el Tecnológico de Monterrey Campus Estado de México, el cual fue organizado en 1998 y lleva a cabo cinco programas de simulación de negocios con las principales universidades de América Latina y México. Por otra parte, la universidad de las Américas-Puebla UDLAP el programa de simulador se lleva a cabo desde 1999 y surgió del departamento de contaduría y finanzas. Posteriormente se integró con el departamento de administración de empresas y el de ingeniería industrial por la universidad de Carnegie Mellon.

Algunas investigaciones referentes a dicho tema son las siguientes:

(Etxeberria, 1999), en su artículo “Videojuego y Educación” explica los beneficios educativos que los videojuegos pueden proporcionar en el ámbito educativo.

Estos beneficios se exponen a continuación:

- Pueden ser utilizados para estimular el sentido de alerta de los jugadores y mejorar sus habilidades de pensamiento.
- Pueden incrementar el espacio de atención de aquellos jugadores que presentan dificultades en la realización de una tarea individual después de un tiempo.
- Ayudan a incrementar el desarrollo de habilidades para la identificación y asimilación de conceptos numéricos, reconocimiento de palabras, identificación de objetos y colores, incremento de la tasa de lectura, mejora de la comprensión.
- Los jugadores pueden percibir sus propios errores y son animados a corregirlos o seleccionar otras opciones.
- Los jugadores pueden transferir las conductas aprendidas a través de los videojuegos a situaciones de la vida real.

(Estallo, 1995), menciona los diferentes aprendizajes basados en la utilización de videojuegos como son: la fantasía, el desafío y la curiosidad, a partir de las cuales, el usuario puede desarrollar algunas acciones que inciden favorablemente en su aprendizaje:

- Interactividad constante entre jugador y juego.
- Programas de tiempo flexible.
- Un entorno controlable.
- La posibilidad de dominio como motivación interna.
- Escenarios atractivos mediante los cuales el jugador mejora las destrezas como la coordinación y tiempos de respuesta.
- Feed-back visual y sonoro de modo continuo e inmediato.
- Razonamientos deductivos por parte del jugador para mejorar su juego.
- Anticipación de acontecimientos y desarrollo de estrategias de actuación a medida que aumenta el conocimiento del juego.

(Silvern, 1987), en su artículo: “El Uso de los Videojuegos en Salón de Clases”, explicó todo lo que un videojuego puede ofrecer en términos de experiencias educativas útiles. Silvern argumenta que son las habilidades que el jugador posee y que pone en práctica, las que hacen que los videojuegos se conviertan en una herramienta educativa valiosa. Estas habilidades pueden ser: Ensayo y error, Generación de un modelo, Creación de una norma, Comprobación de hipótesis, Generalización, Estimación y Organización.

Haciendo una reflexión sobre lo que mencionan los autores, considero que el gran desafío es poder tomar al simulador como un atractivo para potenciar el aprendizaje y lograr los objetivos educativos. Cabe hacer énfasis que los simuladores permiten aprender en forma activa tanto a través del descubrimiento personal y la exploración en un medio artificial similar a la realidad así como por la interactividad y colaboración que se establece con otros pares.

(Ballatore 2009), en su artículo: “Ambientes simulados empresariales: la simulación en la formación”; menciona que el primer juego de simulación de negocios práctico y exitoso fue desarrollado por la Asociación Americana de Administración en 1956 y fue llamado “Top Management Decisión Simulation”, el cual tuvo un amplio uso. En 1957, la firma de consultoría McKinsey y Cia., desarrollo el simulador de administración de empresas para utilizarlo en sus seminarios de administración; y en el mismo año, la universidad de Washington se convirtió en la primera universidad que utilizó un juego de simulación de negocios en su clase (Business Policy). Este simulador fue desarrollado por Schreiber. De 1958 a 1961 se notó un gran crecimiento en la cantidad de simuladores de negocios y actualmente es innumerable la cantidad de simuladores de negocios que existen.

(Álvarez, 2002), en su artículo: “Software educativo y educación para la salud”, reflexiona sobre la enseñanza y las actitudes en la educación mediante el software educativo dirigido a alumnos. Por otra parte, (Waldegg, 2002), en su artículo: “El uso de las nuevas tecnologías para la enseñanza y el aprendizaje de las ciencias”, habla sobre la presencia irreversible de las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTIC) en la vida cotidiana, mencionando que es necesario clarificar los diferentes roles y usos que pueden tener en la educación para revisar y evaluar las principales tendencias en su aplicación escolar.

(Valverde, 2007), menciona la importancia de utilizar software en ámbitos educativos; comenta cómo este se puede convertir en una herramienta apropiada para los procesos de enseñanza y aprendizaje.

Son muchas las investigaciones que han ilustrado la aplicación de simuladores como instrumento educativo y formativo, tanto al interior como fuera del aula, intentando aprovechar la percepción lúdica que poseen los jóvenes acerca de él. Todas estas investigaciones han tratado de establecer y proponer características que deben mostrar los simuladores para que puedan considerarse educativos.

Algunos de los beneficios que tienen los simuladores son:

- El uso de simuladores de negocios son herramientas de apoyo en el proceso de aprendizaje para los estudiantes universitarios.
- Dan la posibilidad a los estudiantes de enfrentarse a situaciones reales a través de un ambiente provisto de escenarios que simulan la situación de un negocio y así tomar decisiones que pueden llegar a afectar o beneficiar la dirección de una empresa.
- A través del uso de simuladores se muestran los aspectos claves que se deben tomar en cuenta durante las decisiones que toman los directivos de una empresa para implantar las principales actividades que se llevan a cabo durante la administración; por lo que permite a los estudiantes desarrollar habilidades de dirección y toma de decisiones.
- Permiten mostrar el impacto que causan las decisiones directivas sobre el desempeño global de una empresa.
- Ayuda a dinamizar las relaciones de grupo entre los estudiantes y potencia el trabajo participativo y de colaboración tanto en el aula.
- Los simuladores permiten introducir en los estudiantes la reflexión acerca de ciertos valores y conductas a través de su contenido y de las consecuencias de las acciones que efectúan virtualmente.
- Ayuda al desarrollo de habilidades y destrezas, como son el control psicomotriz, el desarrollo de la especialidad y de la capacidad deductiva, la resolución de problemas, la imaginación, el pensamiento (comprensión, reflexión, memorización, facultad de análisis y síntesis), etc.

Con base a lo antes mencionado, se puede observar que los simuladores cumplen varias estrategias benéficas para fomentar el aprendizaje.

Método.

La problemática que se detecta en la Facultad de Contaduría y Administración de la U.A.E.M., es que si no hay un aprendizaje elaborado con construcciones dinámicas no hace posible que el alumno este interrelacionado con el medio en que se desenvuelve; por tal motivo se hace necesario el uso de simuladores de negocios como herramienta de aprendizaje.

Justificación de la Investigación

En el campo de la formación y capacitación, el uso de las simulaciones está cada vez más difundido y los llamados simuladores son los medios para lograr aprendizaje a través de la recreación de situaciones de la vida real, aplicables a cualquier área del saber. Al utilizar los simuladores de negocios permite a estudiantes universitarios de la Facultad de Contaduría y Administración de la U.A.E.M., la capacidad de toma de decisiones y trabajo en equipo a través de la integración de los

conceptos administrativos, permiten establecer un ambiente virtual en el proceso de dirección de una empresa o de una área específica de la misma, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos durante su preparación académica sobre diversas áreas y relacionar los aspectos teóricos de la dirección de una empresa con los aspectos prácticos que ocurren en situaciones reales.

Con la utilización de simuladores de negocios se pueden desarrollar diversas competencias como son: concentración, memorización, anticipación, capacidad de observación, desdoblamiento de la atención, inducción (ligada a la memorización y a la anticipación), mismos que actualmente no se están desarrollando y esto les enseñaría a perder el miedo a equivocarse, a experimentar, a buscar alternativas para resolver problemas, a describir procedimientos para lograr objetivos, a compartir experiencias, entre otras estrategias para mejorar el proceso de aprendizaje. Al simular, los estudiantes están aprovechando el tiempo, al adquirir estrategias de aprendizaje y conocimientos de manera diferente a como lo hacen tradicionalmente en la escuela.

Actualmente la educación universitaria debe permitir la formación de profesionales eficientes y eficaces, que respondan a las necesidades de la sociedad y den solución a los problemas que identifiquen en sus distintas áreas de actuación. La simulación permite al estudiante aprender de manera práctica, a través del descubrimiento y la construcción de situaciones hipotéticas. Un simulador tiene la ventaja de permitirle al estudiante desarrollar la capacidad de toma de decisiones y trabajo en equipo a través de su uso y ponerlo en contacto con situaciones que pueden ser utilizadas de manera práctica. Es por esto que se hace necesario situar al estudiante en un contexto que imite algún aspecto de la realidad y en establecer en ese ambiente, situaciones similares a las que deberá enfrentarse de manera que pueda “experimentar” sin riesgo y contribuyendo así a elevar su calidad educativa en su proceso de aprendizaje.

Objetivo de la investigación.

Proponer el uso de simuladores de negocios como herramienta de aprendizaje para desarrollar estrategias competitivas y la capacidad de toma de decisiones y trabajo en equipo a estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración de la U.A.E.M.

Es evidente que el uso de simuladores de negocios debe de ser implementado en escuelas de nivel superior en el área de negocios, a fin de mejorar las condiciones educativas de los estudiantes. En mi condición como docente veo la necesidad y la importancia de aplicar esta herramienta ya que permite:

- Un ambiente propicio para la construcción del conocimiento.
- El desarrollo de habilidades cognitivas
- Enriquecer el campo de la pedagogía al incorporar tecnología educativa.
- Construir una nueva forma dinámica de aprendizaje.
- Mostrar la interdisciplinariedad de las diferentes áreas del conocimiento.
- Marcar las posibilidades para una clase más innovadora.

Población objeto de estudio

Para efectos de esta investigación la unidad de análisis es la Facultad de Contaduría y Administración de la U.A.E.M.; una vez definida la unidad de análisis, se procede a delimitar la población que va a ser estudiada y sobre el cual se pretende obtener los resultados. La población

objeto de estudio estuvo constituida por un total de 52 estudiantes regulares del 10° semestre de la licenciatura en Administración, de la asignatura Administración Estratégica de la Facultad de Contaduría y Administración de la U.A.E.M en el año 2010.

Resultados del Simulador Risky Business.

En primer lugar se realizó un análisis del funcionamiento global del simulador y las cosas más relevantes al utilizar el simulador de negocios. Se procedió a explicar con claridad el utilizar el simulador de negocios, en él no se explicarán tipos de técnicas comerciales o posibles decisiones estratégicas o métodos de producción. El simulador Risky Business ofrece a los equipos participantes tres opciones de gran ayuda para la mejor comprensión del funcionamiento de la empresa. En cualquier momento se podrá pedir al simulador que nos ofrezca representaciones gráficas de todo tipo que podrán ser impresas y también vistas en pantalla, así se facilitan diferentes comportamientos históricos y comparativos donde se puede apreciar mejor la evolución de la empresa.

El simulador tiene la posibilidad de ver los resultados de la empresa mediante los informes económico-financieros: balances, cuenta de explotación, tesorería, etc. Para cada período simulado. Finalmente la opción más importante permite controlar mejor los resultados de la empresa, que será la opción de simular de forma aislada el funcionamiento de la empresa. En esta simulación aislada se tiene en cuenta que resultados obtendría la empresa en caso de que toda la producción fuese vendida. Así se podrán prever posibles roturas de stock, o descubrir fallos en la cadena de montaje o la ineficacia de ciertas inversiones o mejoras previstas. Es más que recomendable que antes de entregar el CD con las decisiones al master de la simulación, los equipos hayan comprobado que su estrategia funciona a priori. Es evidente que esto no nos garantizará un éxito competitivo, pero si las decisiones ya son erróneas antes de enfrentarse a los demás competidores, entonces las opciones que tendremos frente a ellos serán nulas. En base a los resultados obtenidos por la simulación aislada, tendremos un buen punto de referencia para saber qué cantidad de créditos debemos pedir, lo que será imprescindible para controlar adecuadamente el estado financiero de la empresa.

El simulador de negocios permite establecer un ambiente de negocios virtual donde el alumno tiene la oportunidad de poner en práctica lo aprendido a lo largo de su licenciatura así como de fortalecer un mejor aprendizaje en lo concerniente a la administración estratégica de una empresa. El uso simulador de negocios sirvió como apoyo para la materia de Administración Estratégica y resulta ser un complemento para la impartición de la clase, la cual permite reforzar los conocimientos del alumno, generando un ambiente integral en su aprendizaje, dentro y fuera de la escuela. Con la utilización del simulador se tiene la facilidad de que el profesor pueda complementar su enseñanza de acuerdo a la manera de aprender de los estudiantes. Se procedió a realizar un cuestionario donde se midieron los resultados de la utilización del simulador.

De acuerdo a los resultados obtenidos realizados durante la investigación, se puede observar que los alumnos encuestados consideran que la simulación de negocios es una herramienta efectiva y dinámica que sirve para favorecer el aprendizaje relacionándolo con un sistema real a través de la experimentación de un modelo que lo representa.

El uso de simulaciones puede ser orientado al apoyo del aprendizaje de contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales, ya que favorecen el desarrollo de la creatividad y estrategias de pensamientos, tales como: descubrir regularidades mediante la observación, hacer inferencias, ensamblar datos aislados, simplificar, hacer analogías, llegar a la conclusión requerida, aplicar los

resultados a casos más complejos o nuevos contextos; llegar a ideas nuevas y distintas, analizar y diseñar sus propios juegos, desarrollar actitudes favorables hacia la formación del alumno.

Los proyectos pedagógicos centrados en simulaciones permiten el aprendizaje a través de una vivencia, facilitan la comprensión e integración de los sistemas complejos y favorece el cambio de esquemas mentales necesario para el aprendizaje y la evolución de la organización. Todos los alumnos encuestados consideran que el simulador les pareció una herramienta de aprendizaje interesante para su formación. Las tecnologías de información y comunicación han ampliado el espectro de estos conceptos al proporcionarles potencialidades exponenciales que permiten mediar en los participantes de los juegos diferentes conocimientos desde cualquiera de los canales de percepción y sea cual sea su experiencia e inteligencia más desarrollada.

La simulación es considerada una experiencia real, es muy compleja, la simulación es vista como una representación parcial de la realidad, que selecciona características importantes de una situación real y hace una réplica de ellas dentro de un entorno o lugar que básicamente está fuera de riesgo. La simulación como herramienta de aprendizaje ha llegado a ser parte integral del entrenamiento académico y es una práctica preferida como método de enseñanza. La simulación provee a los participantes la oportunidad de experimentar los procesos de toma de decisiones en un ambiente dinámico, de riesgo y de incertidumbre a diferencia de utilizar solo lecturas como único medio de aprendizaje. Las simulaciones reportan un incremento en el conocimiento de las interrelaciones e interdependencia entre las áreas funcionales de las empresas.

La simulación es de suma importancia en el ámbito educativo, ya que hacen que el estudiante desarrolle varios tipos de inteligencia y sus canales de percepción, es decir, cinestésico y visual. Además, ponen en actividad todos los órganos del cuerpo, fortifican y ejercitan las funciones psíquicas, sirven para fortalecer la vida social del estudiante, su lenguaje, despiertan el ingenio, desarrollan el proceso de observación, inferencia, hipótesis y aprenden a generar soluciones, afirman la voluntad y perfeccionan la paciencia. La simulación favorece la construcción de grupos responsables de sí mismos, permite desarrollar la flexibilidad, el diálogo y la creatividad, enfatizan la iniciativa personal, la auto-organización de los grupos y los modelos de comunicación.

El objetivo de la simulación de negocios fue generar una competencia virtual entre futuros profesionales, estudiantes universitarios de administración, con el fin de conocer y desarrollar futuros talentos capaces de afrontar los actuales y previstos desafíos que se esperan en un entorno de globalización y fuerte actividad competitiva.

Con el objetivo de hacer lo más real posible la simulación, se establecieron lecturas adicionales que sirvieran como apoyo para la toma de decisiones; información tal como valores estadísticos, producción, índice de ventas de producción, costos de incorporación y capacitación de nuevos recursos, indicadores financieros, avances tecnológico, etc. El simulador de negocios combina una mezcla importante en la planificación del aprendizaje en los estudiantes ya que los obliga a enfrentarse a los retos que éste presenta por medio de la información que ellos mismos conozcan del entorno simulado. Esto implica que los estudiantes de forma inconsciente realicen lecturas frecuentemente sin llegar a reflexionar directamente sobre las actividades de lectura, esto influye como elemento principal para abordar una serie de aspectos pertinentes para la creación y utilización del simulador. Las simulaciones pueden incluir ejercicios de resolución de problemas, rol de juegos y otras actividades similares. Hay interacción, que se presenta cuando los alumnos reaccionan ante un

ambiente planeado o a la acción de otros jugadores. A menudo, de estos hechos tomados por los alumnos, resultan consecuencias que hacen moderar acciones posteriores.

La simulación induce a señalar que tiene una enorme importancia educativa, ya que es una actividad que puede ser orientada por el alumno y convertirse en un instrumento eficaz para el aprendizaje. Entre las muchas posibilidades a realizarse en el salón de clases, el juego puede ser utilizado como motivador para el desarrollo de un trabajo posterior; desarrollar el pensamiento lógico, la creatividad, para afianzar conceptos; memorizar reglas; reforzar el proceso de enseñanza-aprendizaje, entre otras.

No todos los alumnos comprendían algunas actividades de directa aplicación durante la simulación, por ejemplo, algunos elementos del factor humano, finanzas, producción, etc., no obstante esto implicó mayor interacción por parte del equipo, la aplicación del sentido común derivado de la realización de ejercitaciones integradoras, y del asesoramiento brindado por algunos de sus profesores; lo cual permitió por consiguiente que los alumnos ejercitarán sus capacidades y conceptos de directa aplicación al caso presentado en la simulación.

Al utilizar el simulador de negocios los estudiantes agrupados en equipos de trabajo se les asigna una empresa en una industria determinada. Luego se requiere que los miembros del equipo adopten el papel de un equipo de gerentes a fin de que analicen la información del área que les corresponde y finalmente tomen las decisiones más convenientes que correspondan a la administración del área que tienen a cargo, considerando tanto las decisiones de las demás áreas, así como el objetivo general de la empresa.

La experimentación simulada, permite a los estudiantes asumir un determinado rol, en virtud del cual deben resolver situaciones considerando una serie de variables, las cuales se vinculan precisamente con los conceptos que han formado parte del conocimiento adquirido anteriormente en clase. Cabe resaltar que la simulación permite la asimilación más profunda de los conocimientos gracias a la experimentación, ya que exige al alumno ponerse en el lugar de los agentes involucrados en un modelo para comprender desde dentro conceptos claves, como las relaciones causales entre variables o los supuestos bajo los cuales ese modelo puede o no funcionar.

La simulación fue una experiencia muy enriquecedora y motivante para los alumnos, aunque exigió esfuerzos de tiempo y dedicación en jornadas de trabajo en equipo, muchas de ellas desarrolladas en horas extra clase para su mejor desarrollo. El aprender en situaciones de práctica para los estudiantes que participan efectivamente en la organización y desarrollo de una situación, en la búsqueda de información, experimentando alternativas diferentes de solución e involucrándose y asumiendo riesgos, los aprendizajes son más duraderos, impactan en su conciencia, promueven reflexiones y permiten mejores procesos de autoevaluación.

En todos los casos los estudiantes destacaron que el principal enriquecimiento era el manejo de la empresa, ya que consistió en afianzar el trabajo en equipo y en aplicar los conocimientos de las materias de la Licenciatura en Administración para una empresa virtual. Algunos estudiantes destacaron otros aportes de la simulación tales como que: les permitió afianzar conocimientos de economía, aprender a desenvolverse frente a otras personas de un modo distinto, les brindó una visión global de la empresa y de su funcionamiento, les permitió conocer el impacto de sus decisiones en las distintas áreas y les ayudó a valorar la necesidad de planificación y de su conocimiento.

En cuanto a la simulación en sí, fue muy interesante para los participantes. En ella, no sólo se pusieron a prueba las capacidades técnicas de los participantes, sino además su criterio, su capacidad de evaluar la información recibida y clasificarla por importancia, su capacidad de tomar decisiones bajo presión, su templanza, su capacidad de trabajo en equipo y su concepción de la ética en los negocios. La simulación, permite a los estudiantes ganar experiencia tomando decisiones de negocios de la vida real, ya que los alumnos tienen la oportunidad de analizar el mercado, formular estrategias y gestionar la implementación de la empresa, observando los resultados de sus decisiones de forma casi inmediata. Como resultado de la planeación estratégica y del uso de la simulación, los estudiantes desarrollaron una visión global de la empresa y de su funcionamiento, la aplicación de esta herramienta les permitió conocer el impacto de sus decisiones en las distintas áreas, les ayudó a valorar la necesidad de planificación y del conocimiento que les brindan las materias, etc.

Respecto a los criterios de distribución de roles y tareas en el trabajo grupal cabe mencionar que se hizo en base al interés personal de cada integrante, así como en su conocimiento y habilidad por determinada área funcional de la empresa; lo cual permitió que las funciones de la empresa fueran entendidas de una mejor forma, como es el caso del área financiera, donde los alumnos encargados de este departamento no solo se ponían a prueba las capacidades técnicas, sino además su capacidad de evaluar la información recibida y clasificarla por importancia, su capacidad de tomar decisiones bajo presión, y su capacidad de trabajo en equipo. De esta forma, se comprendió de forma más efectiva las funciones de la empresa mostrando el impacto que causan sus decisiones sobre el desempeño global de la misma.

Durante el desarrollo de la simulación se les pidió a los participantes que conformen equipos de trabajo con el fin de analizar la información del área que les corresponde, y finalmente tomar las decisiones más convenientes que correspondan a la administración del área que tienen a cargo considerando tanto las decisiones de las demás áreas, así como el objetivo general de la empresa; algunos de los objetivos que se buscan en simuladores de negocios son: fortalecer la capacidad de toma de decisiones de los participantes, incentivar el trabajo en equipo y entender las diferentes relaciones que se establecen entre las áreas de una empresa, objetivos por el cual, los estudiantes aprenden el verdadero significado de trabajar en equipo.

La simulación requirió que los alumnos tomaran decisiones y eligiera alternativas, la cual tiene impacto en el manejo de su empresa ficticia. Durante la simulación, los participantes experimentaron diversos escenarios de negocios distribuidos en seis áreas organizacionales que representan habitualmente las más importantes de cualquier empresa: comercialización, investigación y desarrollo, producción, logística (abastecimiento y distribución), recursos humanos y finanzas. Dentro de dichas áreas, la empresa en cuestión toma las mejores decisiones para la puesta en marcha de las actividades de la empresa. Las simulaciones, han demostrado ser una experiencia positiva que favorece el aprendizaje debido a que permiten actuar del mismo modo que en la realidad, se vinculan más fácilmente otras experiencias con el nuevo conocimiento, se elaboran núcleos complejos de conocimiento con mayor facilidad, profundidad y retención, dan lugar a los diferentes estilos de aprendizaje, cometen errores sin provocar daños y aprenden a evitarlos y a manejar sus consecuencias, a conocer las variables que influyen en el funcionamiento del sistema simulado.

Durante la competencia los alumnos podían consultar libremente a diferentes profesores si así lo deseaban. En este sentido los estudiantes asumen la responsabilidad de su propio aprendizaje y los docentes en vez de proveer de información a los estudiantes, actúan como guía y facilitadores. El nivel de orientación por parte del docente fue una clave principal para el desarrollo de la simulación,

debido a que ayudó a los alumnos a desarrollar destrezas que pueden convertirse en un instrumento eficaz durante su aprendizaje.

Conclusiones y propuestas.

El simulador lleva al alumno a la práctica a utilizar los conocimientos teóricos en su aplicación por medio del trabajo en equipo y la toma de decisiones en un ambiente simulado. Con esta herramienta, se permite a los estudiantes enfrentar situaciones reales que enfrenta una organización y que desde luego deben aprender a resolver, de manera que, cuando en la situación real lleguen a presentárseles cuestiones parecidas, puedan contar con algunos elementos de referencia para una toma de decisiones.

El uso de simulaciones puede ser orientado como apoyo a los aprendizajes conceptuales, procedimentales y actitudinales, ya que favorecen el desarrollo de la creatividad y estrategias de pensamientos, tales como: la observación, el análisis y la toma de decisiones; además de que obliga al estudiante a demostrar lo aprendido durante su formación académica.

Asimismo, la simulación favorece la construcción de grupos responsables de sí mismos, permite desarrollar el diálogo y la capacidad de analizar y seleccionar la decisión más adecuada para la empresa que dirige, incrementando así el nivel de compromiso e interés por parte de los estudiantes; al permitirles adquirir experiencia a través del análisis de un mercado, formulando estrategias y gestionando la implementación de las mismas.

El uso de simuladores permite además en los estudiantes generar experiencias interactivas y desarrollar un aprendizaje integral de todas sus materias; logrando un mejor entendimiento sobre el comportamiento del mercado laboral y posibilitar su desarrollo con la implementación de estrategias adecuadas para alcanzar los objetivos de la empresa simulada. Además de reforzar el aprendizaje con diferentes medios tales como: imágenes, diagramas y pensamiento de estrategias que logran captar mejor su atención en los temas del curso. Mediante la simulación, se consigue retener mucho más información y desarrollar mejor su aprendizaje, elementos que son importantes para el desarrollo profesional de los alumnos de la Facultad de Contaduría y Administración de la U.A.E.M.

De esta manera se justifica el efecto que tiene el usar simuladores de negocio como herramienta de apoyo en el proceso de aprendizaje.

Se encontró, que el objetivo general es alcanzado por la mayoría de los estudiantes, sin embargo existe un porcentaje significativo que no logra involucrarse completamente en la simulación. Esto se debe a que si el simulador de negocios no es empleado adecuadamente y si no se practica siguiendo un método de trabajo por parte de los alumnos, el aprendizaje y el desarrollo de habilidades no se alcanza en su totalidad.

En ese sentido, se requiere usar la simulación como complemento y soporte para el curso de administración estratégica, de modo que lo aprendido teóricamente sea respaldado con la práctica a través del simulador. Así, la simulación a partir de una experiencia concreta en la dirección de una empresa permitirá entender conceptos y realizar generalizaciones para otras circunstancias. Por otro lado, parte del éxito de la simulación radica en escoger un simulador adecuado que cubra gran parte del contenido del curso, de ahí que sea necesario revisar las características del simulador y como las mismas se relacionan con los conceptos a presentar.

Finalmente, se recomienda que se pueda utilizar este simulador de negocios u algún otro ya sea en esta materia o en otras que se preste para esto y que pueda ser de utilidad para los estudiantes de las escuelas y/o facultades de Administración ó Negocios en otras Universidades.

Referencias bibliográficas.

Álvarez, Manuela, Gómez del Castillo Ma. Teresa (2002), *Software educativo y educación para la salud*, Comunicar.

Argudín, Y. (2006), *Educación basada en competencias*, (1ª ed.). México Ed. Trillas.

Bernal, C. (2006), *Metodología de la investigación*, (2º ed.) México. Ed. Pearson Prentice Hall.

Estallo, J.A. (1995), *Los videojuegos: Juicio y Prejuicios*. Barcelona: Planeta.

Etxeberria F. (1999), Videojuego y Educación, VI Congreso Nacional de Ludotecas. Febrero, Dossier pp: 99-127. AIJU: Valencia.

Gilbert N. &, Troitzsch K. (2005), *Simulación para las ciencias sociales*, (2º ed.). México. Ed. Mc Graw Hill.

Gee, J.P. (2004), *What Video Games Have to Teach Us About Learning and Literacy*, Palgrave Macmillan, New York.

Gee, J.P. (2005), *Why Video Games are Good for Your Soul*, Common Ground, Australia.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. Y Baptista Lucio, P. (2003), *Metodología de la Investigación*, (3º ed). México. Ed. Mc Graw Hill.

Johnson, S. (2005), *Everything Bad Is Good for You: How Today's Popular Culture Is Actually Making Us Smarter*, Penguin Group, New York.

Kolb, D. (1984), *Experiential Learning: Experience as the source of learning and development*, Prentice Hall, New Jersey.

Piaget J, (2001), *La formación de la inteligencia*, (2º ed). Barcelona. Ariel.

Piaget, J. (1977), *La formación del símbolo en el niño: imitación, juego y sueño: imagen y representación*, 1a ed., Fondo de Cultura Económica, México.

Prensky, M. (2004), *Digital Game-Based Learning*, McGraw-Hill Companies, USA.

Ruiz, J. A. (2008), *Elaboración de un instrumento para determinar los estilos de aprendizaje de los alumnos de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma del Estado de*

México en el año 2008, Memorias del XXI coloquio de Administración Universidad Autónoma Metropolitana.

Silvern, S.B; Williamson, P.A (1987), The effects of videogames play on young children's aggression, fantasy and prosocialbehaviour, *Journal of Applied Developmental Psychology*. 8, pp: 453-462.

Soraya Paniagua, (2006), *Aprender haciendo, formación basada en simuladores*, Editorial Educatera.

Valverde Chavarría, Johnny (2005), Software libre, alternativa tecnológica para la educación, *Revista Electrónica "Actualidades Investigativas en Educación"*.

Vargas Hernández, José Guadalupe (2002), *La formación de administradores en programas de educación abierta y a distancia para la posmodernidad organizacional*, Reencuentro.

Waldegg Casanova, Guillermina, (2002), El uso de las nuevas tecnologías para la enseñanza y el aprendizaje de las ciencias, *Revista Electrónica de Investigación Educativa*.

EVALUAR LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN A TRAVÉS DE LAS EXPECTATIVAS ESTUDIANTILES. EL CASO DE LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD DEL PAPALOAPAN, OAXACA.

Javier Damián Simón. jd Damian@unpa.edu.mx; damian_ce@hotmail.com

Universidad del Papaloapan

Guadalupe Estela Peralta Santiago. gperalta@unpa.edu.mx

Universidad del Papaloapan

Resumen:

Los procesos de evaluación de la calidad de los servicios educativos que brindan las Instituciones de Educación Superior, deben tomar en cuenta la voz y las opiniones de los principales usuarios de dichos servicios, a saber, los alumnos. En este trabajo se exponen los avances obtenidos de una investigación que se está llevando a cabo en la que se evalúan los niveles de satisfacción de las expectativas estudiantiles como un recurso para evaluar la calidad de la educación que brinda el Programa Educativo de Ciencias Empresariales y, determinar si las expectativas de los alumnos contribuyen a las altas tasas de deserción que se presentan. Utilizando una metodología cuali-cuantitativa se encontró que existe poca satisfacción de las expectativas de los alumnos en aspectos de didáctica de los profesores y, relación profesor-alumno, mientras que existe un alto cumplimiento de expectativas en el aspecto de preparación profesional-laboral de los docentes.

Palabras clave: Expectativas estudiantiles, satisfacción, calidad educativa, evaluación, educación superior

Abstract

The process of evaluating the quality of educational services offered by institutions of higher education must take into account the voice and views of the main users of these services, namely students. In this paper we describe the progress made in an investigation being carried out to evaluate the satisfaction levels of student expectations as a resource for evaluating the quality of education offered by the Ciencias Empresariales career and determine if student expectations contribute to high dropout. Using qualitative and quantitative methodology we found that there is little satisfaction to the expectations of students in aspects of teaching of teachers and teacher-student relationship, while there are a high expectations in the aspect of professional preparation and labor of teachers.

Key words: student expectations, satisfaction, quality education, evaluation, higher education

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas en México se han impulsado y diversificado los sistemas de evaluación en el ámbito escolar considerando a tres agentes: los docentes, los alumnos y la infraestructura con que cuentan las instituciones para llevar a cabo sus funciones sustantivas. En el caso de los alumnos existe una larga tradición por evaluar el grado de apropiación de saberes y conocimientos que

obtienen, así como de las situaciones que han dificultado el proceso de enseñanza-aprendizaje, sin embargo, escasamente se ha investigado sobre las aspiraciones, motivación y expectativas que tienen los alumnos hacia el estudio, la carrera que cursan (Guerrero 2007; Guzmán y Saucedo 2007) y, la calidad del servicio que proporcionan las instituciones en los que están matriculados.

El Programa Educativo (PE) de la Licenciatura en Ciencias Empresariales (LCE), se caracteriza por una elevada tasa de deserción, a la fecha se han recibido a seis generaciones y las dos primeras ya egresaron (julio 2010 y julio 2011). La primera generación matriculó a 53 alumnos y terminaron 29 (tasa de deserción del 45%), la segunda generación presentó una tasa de deserción del 48% y, a la fecha la tercera, cuarta, quinta y sexta generación presentan una tasa de deserción del 40, 42, 45 y 43%, respectivamente. Las altas tasas de deserción se presentan durante los dos primeros años de la carrera, originando una pérdida en promedio de casi la mitad de la matrícula. La situación descrita muestra la necesidad de investigar cuáles son las causas que originan dicha deserción, pero no desde la óptica institucional -como suele acostumbrarse- sino desde la percepción de los alumnos, pues éstos al ser los principales usuarios del servicio educativo se encuentran en la mejor posición para describir el entramado de situaciones que han originado la problemática y pueden evaluar el grado de satisfacción de sus expectativas en las dimensiones académicas e institucionales. Resulta pertinente efectuar esta investigación por tres razones: a) Es necesario que la institución y la jefatura de carrera determinen y conozcan las necesidades, preferencias y expectativas que tienen los alumnos del PE a fin de obtener información útil para planear e implementar acciones tendientes a la satisfacción de dichas expectativas. b) Las tasas altas de deserción quizás sean producto de que la institución, en particular la jefatura de carrera no haya evaluado el nivel de satisfacción de las expectativas de los alumnos para con la institución, la organización académica y administrativa del programa educativo, la calidad de la docencia y, la organización y uso que hacen los alumnos de los servicios de apoyo para facilitar el proceso de aprendizaje. c) Al no contar con esta información, la institución y la jefatura de carrera no han podido entender y anticiparse a las necesidades de los alumnos a fin de desarrollar un ambiente que facilite el aprendizaje y disminuir los niveles de deserción en la carrera.

El objetivo general⁸ del trabajo es identificar y evaluar el nivel de satisfacción de las expectativas de los estudiantes de la LCE respecto a la carrera que cursan y de los servicios educativos que reciben y conocer en que medida, el escaso nivel de satisfacción contribuye a la deserción estudiantil. Para el logro del objetivo general se establecieron tres objetivos específicos:

- a) Describir las características de calidad de la enseñanza para responder a las expectativas de formación profesional de los alumnos.
- b) Conocer la opinión de los alumnos acerca de la gestión académica y administrativa del PE.
- c) Conocer la opinión de los alumnos de la carrera respecto a la formación que reciben.

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Las expectativas estudiantiles. Una expectativa es la probabilidad de que cierto comportamiento o nivel de esfuerzo posibilite alcanzar un determinado nivel de ejecución; es la creencia de que ese nivel de esfuerzo permitirá la consecución de los resultados (Varo, 1994). Fernández (1993),

8

Este trabajo muestra los resultados de una primera etapa de un proyecto de investigación más amplio en el cual se estudia el nivel de cumplimiento de las expectativas de los estudiantes universitarios; para fines de información se enumeran el objetivo general y los específicos pero no se presentan como se alcanzan totalmente pues la investigación en conjunto no ha concluido.

menciona que son estimaciones que se hacen sobre las probabilidades de alcanzar con un esfuerzo determinado unos rendimientos concretos. Según la teoría de las expectativas formulada por Vroom (citado por Fernández, 1993), la conducta del individuo está condicionada por las expectativas que tienen respecto a lo que sucederá en el futuro, es decir, las personas asocian sus actos con resultados concretos, los resultados obtenidos pueden generar satisfacción o insatisfacción (expectativas no cumplidas generan decepción, si la realidad supera las expectativas las personas sentirán alegría por la sorpresa), el individuo tiene unas expectativas con respecto a los resultados antes de adoptar una determinada conducta y, la persona selecciona aquel comportamiento cuyos resultados le proporcionan un mayor nivel de satisfacción según sus expectativas. Por lo antes expuesto se entiende lo necesario e importante que es reconocer que uno de los elementos que pueden ayudar a mejorar la comprensión del funcionamiento interno de las universidades, es tomar en cuenta la mirada de uno de los principales usuarios: los estudiantes (Villalobos et al, 2010).

Expectativas estudiantiles y su relación con la deserción escolar. Algunos teóricos concluyen que las expectativas estudiantiles se mantienen invariables a través del tiempo (Hill, 1995), otros afirman que las diversas experiencias que viven los estudiantes durante su tránsito por la institución influyen en las expectativas y que por lo tanto se verán modificadas a través del tiempo (Boulding et al, 1993). La manera en que se elige la carrera influye en el comportamiento del estudiante durante el proceso educativo, la actitud hacia la profesión se desarrolla a partir de motivaciones que inclinan más o menos a los individuos. Sin embargo, ocurre que una vez matriculados los estudiantes se producen frustraciones originadas por una falta de verdadera información, lo que lleva a trastornos en el estudiante como es la deserción escolar por el bajo nivel de cumplimiento de las falsas expectativas que el estudiante se había creado hacia la carrera universitaria (Maceira, Martín y Terry; 1999). La deserción puede ser considerada como una insuficiente integración del estudiante con los ambientes intelectual y social de la comunidad universitaria. Cuando un alumno decide abandonar la escuela, describe de cierta forma su falta de integración con el contexto, ya sea social, económico, cultural u organizacional. Varios trabajos han explicado la deserción como un desequilibrio entre las necesidades del alumno y los satisfactores que éste encuentra en el medio universitario, una discrepancia entre las expectativas y los logros de los alumnos y, un debilitamiento del compromiso y expectativas iniciales que tiene el estudiante con la comunidad institucional y el ámbito universitario en general.

Existen tres periodos de deserción de los cuáles los dos primeros se consideran críticos pues el riesgo de deserción es bastante alto; el primero ocurre cuando el estudiante tiene su primer contacto con la institución y en la cual se forman las primeras impresiones sobre las características de la universidad, aquí la falta de información adecuada y veraz de la institución hacia el estudiante puede conducir a una deserción precoz; el segundo periodo se presenta durante los primeros semestres como resultado de que los alumnos no logran una buena adaptación, en este periodo la formación de expectativas equivocadas sobre las condiciones de vida académica y estudiantil en el medio universitario pueden conducir a decepciones que lleven a la deserción temprana (Tinto, 1989).

Las causas que llevan a los estudiantes a la deserción son multidimensionales, sin embargo se pueden clasificar en cuatro grupos: problemas externos a la universidad, problemas internos a la universidad, problemas intrínsecos al estudiante y, otras causas. Dentro de los problemas intrínsecos al estudiante para que éste llegue a pensar en el retiro están los procesos de adaptación a la universidad, carrera e institución y la transición del bachillerato a la universidad y, cuando las expectativas individuales chocan contra los preceptos institucionales (Salcedo, 2010). Dentro de los problemas internos de la universidad que influyen en la decisión de deserción por parte de los

estudiantes, se encuentran diferentes factores como son los escasos recursos (infraestructura) y defectos de organización, superpoblación universitaria, deficiencias en el trabajo docente, falta de mecanismos de ayuda para los estudiantes (becas, subsidios, entre otros) y, currículos inadecuados a las demandas de formación de los estudiantes. Reconocemos la existencia de otros problemas intrínsecos a la universidad y a los estudiantes que inciden en la deserción, mismos que por la falta de espacio no abordamos en este trabajo.

Las expectativas estudiantiles y la gestión de la calidad en la educación universitaria. Las universidades prestan servicios generalmente intangibles cuyo proceso de elaboración es complejo, por lo que el servicio educativo se entenderá de calidad cuando sea capaz de satisfacer las necesidades y expectativas de los estudiantes, empleadores y, sociedad en general (Cádiz et al, 2009). Derivado del gran impulso al establecimiento de sistemas de evaluación de la calidad del servicio educativo, las investigaciones sobre el grado de influencia de las expectativas estudiantiles sobre el desempeño del profesorado y del proceso de enseñanza-aprendizaje va en incremento, pues en cuanto a la eficacia de la labor docente, los alumnos representan una fuente importante de información para evaluar el servicio educativo y aportan elementos para atender las expectativas de los mismos. Actualmente se impone la necesidad de otorgarle al alumno un papel protagónico en los sistemas de evaluación de la calidad del servicio educativo al considerársele un consumidor o cliente directo de la educación (Lepeley, 2007). Es necesario superar el paradigma en el cual la institución escolar y los departamentos que la componen determinan los estándares de calidad del servicio educativo, que la institución dicte lo que el alumno necesita y espera de la educación⁹, paradigma que ha llevado a la exclusión de algunas necesidades y expectativas importantes de los alumnos (Hayes, 2006). Se debe adoptar un enfoque que incluya la idea de que las expectativas estudiantiles se toman de fuera y se considera como un sustrato para la mejora de los servicios educativos. Es necesario reconocer que una buena gestión de la calidad de la educación debe estar sustentada en un conocimiento amplio de las características, necesidades, expectativas y demandas de los alumnos, y el uso adecuado de dicha información para la toma de decisiones encaminadas a tomar el rumbo en la dirección correcta. La satisfacción del estudiante se ha convertido en un objetivo adicional al natural propósito de impartir conocimientos que las universidades poseen, por todo ello, conocer cuáles son las razones por las que los estudiantes seleccionan una universidad es básico para posicionar a dicha institución en el nuevo mercado competitivo. (Soutar y Turner, 2002). Las interrogantes básicas que deben responder las instituciones educativas para satisfacer las expectativas de los alumnos según Lepeley (2007: 36), son:

“¿Quiénes son mis alumnos?, ¿De dónde vienen?, ¿Qué razón los hace preferir mis servicios sobre otros?, ¿Existen alternativas para el servicio que yo les ofrezco?, ¿Qué beneficios obtienen mis alumnos de la educación que yo les ofrezco en relación con otras alternativas?, ¿En qué medida cumplo con satisfacer la necesidad de mis alumnos de facilitarles información y conocimientos útiles para que puedan avanzar en la vida?”

Al considerar al alumno como un cliente, su opinión es fuente imprescindible para evaluar la enseñanza universitaria pues no se le puede considerar un mero comprador o receptor pasivo de un producto. El alumno en su carácter de cliente y/o usuario debe ser capaz de manifestar al profesorado y a las diversas dependencias de la institución escolar las modificaciones o correcciones que

9

Las IES en México al diseñar el PRODES dentro del marco del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI), establecen estrategias y líneas de acción para mejorar los programas educativos desde la óptica de las autoridades escolares, sin tomar en cuenta la opinión de las necesidades de los alumnos.

considera oportuno para que reciba un servicio educativo que cubra o satisfaga sus expectativas. De allí la importancia de que las escuelas incorporen líneas de investigación que permitan estudiar, conocer y valorar las percepciones, opiniones y expectativas que tienen los estudiantes del servicio educativo que reciben.

Para un programa institucional de evaluación del cumplimiento de las expectativas de sus estudiantes debe interesarle conocerlas desde el inicio de sus estudios, durante los diversos procesos que su vida estudiantil y al final de su formación profesional. Si bien es cierto que los estudios sobre las expectativas estudiantiles pueden perseguir una gran cantidad de propósitos según las necesidades de información de cada institución, generalmente son dos los objetivos que son insoslayables: conocer que esperan los estudiantes de la institución en general y, evaluar las expectativas estudiantiles sobre componentes específicos del servicio educativo (docencia, organización académica, institucional, servicios de apoyo, entre otros). En cuanto a mejorar la calidad de la enseñanza universitaria, el conocer las percepciones y expectativas que tienen los estudiantes universitarios ayuda a promover un cambio en las estructuras y prácticas pedagógicas de la enseñanza superior. Es básico para las IES definir su calidad a través de lo que perciben sus estudiantes y de las expectativas que tienen (Sander, 2005).

3. METODOLOGÍA

Tipo de estudio. La investigación fue de tipo exploratoria descriptiva con un enfoque mixto. Para identificar y conocer las percepciones de los estudiantes sobre el cumplimiento de sus expectativas desde el paradigma cualitativo, se empleó la perspectiva teórico-metodológica de las Representaciones Sociales pues en "el estudio de las opiniones, actitudes, valores, comportamientos, dinámicas de influencia social, entre otros temas, esta perspectiva adquiere cada día mayor relevancia dentro de las ciencias sociales" (Flores 2005: 9) y, resulta de gran utilidad para poder acceder a las formas subjetivadas o interiorizadas de la cultura, es decir, a ámbitos específicos y bien delimitados de creencias, valores y prácticas de los personas que se estudian (Gutiérrez y Campos, 2008).

Participantes. Los participantes en el estudio fueron 65 alumnos (20 hombres y 45 mujeres), inscritos en el periodo de marzo a julio del año 2011 en cuarto, sexto y décimo semestre de la LCE en la Universidad del Papaloapan.

Obtención y análisis de la información.

Para obtener información que permitiera en otra etapa del proyecto identificar variables y diseñar y aplicar un cuestionario para medir el nivel de satisfacción de las expectativas estudiantiles, se solicitó a los alumnos que respondieran de manera escrita lo más ampliamente posible la pregunta: *¿En qué medida se han cumplido sus expectativas estudiantiles durante el tiempo que llevas en la universidad?*. Para la parte cualitativa, en este trabajo se presenta el análisis de la pregunta que fue de naturaleza abierta, para lo cual se transcribieron fielmente los comentarios a fin de poder efectuar un análisis de contenido de los mismos y explorar las expectativas de los estudiantes que participaron en el estudio. Con las categorías obtenidas en el análisis cualitativo, se diseño y aplicó un cuestionario a fin de contrastar los resultados cualitativos con otros de carácter cuantitativo.

4. RESULTADOS

4.1. Análisis de datos cualitativos.

La información que se obtuvo de la pregunta *¿En qué medida se han cumplido sus expectativas estudiantiles durante el tiempo que llevas en la universidad?*, fue analizada buscando identificar tanto los contenidos como la construcción de las representaciones sociales de los alumnos. Durante el análisis de las respuestas surgieron cuatro categorías, cada una de ellas con sus respectivos contenidos, dichas categorías fueron: expectativas sobre el desempeño de los profesores, expectativas sobre la universidad como institución, expectativas sobre los servicios de apoyo y, expectativas sobre el programa educativo (carrera). Por razones de espacio, en este trabajo sólo se aborda un análisis breve de la categoría “expectativas sobre desempeño de los profesores”; se inicia dicho análisis desde el paradigma cualitativo y enseguida se contrasta con el análisis de corte cuantitativo, mismos que se presentan a continuación:

Tabla 1. Categoría: Expectativas sobre el trabajo de los profesores.

Contenidos	Menciones		Porcentajes
	<i>Favorables (+)</i>	<i>Desfavorables (-)</i>	
Didáctica	8	29	44.00%
Experiencia profesional	12	2	17.00%
Relación profesor-alumno	1	9	12.00%
Actividades extraclases	0	8	9.50%
Evaluación	0	7	8.00%
Actualización	0	4	5.00%
Asesorías	0	3	3.40%
Tipo de enseñanza	0	1	1.10%
Gran total	21	63	100.00%

Fuente: elaboración propia según datos obtenidos en la encuesta.

La tabla 1 muestra que el trabajo que llevan a cabo los profesores se caracterizan por no satisfacer las expectativas de los estudiantes de la LCE. De los ocho contenidos que integran esta categoría, el 73% se concentra en tres aspectos (didáctica, experiencia profesional y, relación profesor alumno), mismos que procederemos a interpretar utilizando fragmentos de los comentarios de los alumnos.

A). Didáctica: puesto que la didáctica es la rama de la pedagogía que estudia la forma en que se conduce y desarrolla el proceso de enseñanza-aprendizaje a fin de encontrar procedimientos que faciliten al profesor enseñar y al alumno aprender, resulta importante evaluar las expectativas del alumno sobre este aspecto. Llama la atención que en el caso de los alumnos de la LCE, el 44% de sus expectativas sobre el trabajo de los docentes se ubique en el aspecto de didáctica y que dichas expectativas serán de naturaleza negativa. Para la mayoría de los alumnos de cuarto semestre los profesores carecen de elementos para llevar a cabo de manera eficaz una sesión de clases pues afirman que:

“Pocos profesores de nuestra carrera son buenos,...pareciera que la mayoría solo vienen a cubrir un horario”. (Alumno 51, 4 semestre).

“En cuanto a profesores que imparten materias de CE, son pocos los que se defienden y que sus enseñanzas son buenas”. (Alumno 53, 4 semestre).

“El trabajo de los maestros deja mucho que desear porque no se trabaja como debe ser, el profesor no se sabe explicar y no espera a que todos entendamos..., algunos maestros necesitan especializarse más en las materias que enseñan porque no saben enseñar”. (Alumno 54, 4 semestre).

Una alta proporción de expectativas desfavorables se ubicaron en el trabajo de los docentes que atienden las materias de contabilidad, pues frecuentemente se encontraron expresiones como las siguientes:

Hay un maestro... que imparte la materia de contabilidad de costos que se dedica a exponer la materia (leyendo diapositivas) no explica el tema, cuando nosotros le decimos que nos explique el tema lo único que dice es "saca el libro de contabilidad de costos y pónganse a estudiar". (Alumno 57, 4 semestre).

“En la contratación de los maestros... importante poner más atención en el perfil. Porque puede contar con una maestría, pero no cuenta con las habilidades necesarias para dar clases y esto afecta en nuestro aprendizaje,... de los profesores existentes algunos solo dan los temas y nos piden hacer presentaciones y no apoyan”. (Alumno 34, 6 semestre).

La falta de experiencia en docencia universitaria es evidente pues algunos docentes no tienen un desempeño acorde a lo que debería ser un profesor universitario, improvisando en muchas ocasiones su trabajo como comentan los alumnos de octavo semestre:

“En el caso de un maestro en específico, no estoy de acuerdo con que al llegar al salón compare sus resultados con los de los alumnos para certificar que él lo realizó correctamente, además debe preparar su clase con anterioridad”. (Alumno 2, 8 semestre).

A pesar de los comentarios vertidos por los alumnos de cuarto a octavo semestre, es notorio que a medida que los alumnos avanzan en los semestres sus expectativas se modifican "aceptando o resignándose" a la situación, pues los comentarios de los que cursan el último semestre de la carrera no son tan fuertes como las de aquellos con menor tiempo de permanencia en la universidad:

“Considero que la plantilla de maestros debe mejorarse pues algunos no están actualizados en algunos temas”. (Alumno 6, 10 semestre).

“En algunos profesores aunque son muy buenos poseen conocimientos que requieren una constante actualización”. (Alumno 15, 10 semestre).

B). Experiencia profesional: ya que el docente universitario debe transmitir conocimientos de naturaleza técnica para dotar al alumno de habilidades aplicadas a su formación profesional, es importante que éste posea experiencia profesional o laboral en la materia que atiende. En este aspecto, un alto porcentaje de los alumnos afirman que sus expectativas son favorables pues consideran que los docentes en general tienen conocimientos amplios en sus disciplinas o áreas de formación profesional pues:

“La mayoría de los profesores son muy buenos y calificados en su área, con sus excepciones, pero en general son muy buenos”. (Alumno 52, 4 semestre)

Si bien es cierto que la mayoría dice que sus expectativas acerca de la experiencia profesional de sus profesores es favorable, coinciden en señalar que los docentes carecen de formación didáctica-pedagógica para poder transmitir en las aulas sus conocimientos técnicos:

“Muchos profesores tienen los conocimientos suficientes o bastos para ser considerados buenos profesores, sin embargo no es suficiente para que los alumnos podamos adquirir los conocimientos. Deberían prepararse para ser buenos profesores y no solo adquirir conocimientos, que quedan sin importancia si no los pueden transmitir”. (Alumno 37, 6 semestre)

C). Relación profesor-alumno: aspecto importante en el proceso de enseñanza-aprendizaje pues representa un vínculo que facilita el proceso de comunicación entre los dos agentes involucrados. En el caso que se analiza, los estudiantes afirman que sus expectativas no se cumplen pues existe una relación desfavorable caracterizada por el autoritarismo y falta de respeto hacia sus opiniones:

“Queremos maestros que den su clase seria, sin faltar el respeto y escuchar sobre todo, aunque nuestra opinión fuera insignificante”. (Alumno 39, 4 semestre).

Los alumnos dicen que el nivel de preparación académica de los profesores (maestría y doctorado) y, su origen o procedencia (la mayoría se formó y procede de otros estados del país) representan un obstáculo para que éstos sean condescendientes con ellos y se favorezca una buena relación:

“Que [los profesores], no se sientan "seres sobrenaturales" y nos quieran hacer menos por su grado de estudios o por sus orígenes. Que no sean groseros al responder las dudas a sus alumnos”. (Alumno 59, 4 semestre).

“He llegado a pensar que los maestros con su grado de estudio alto, pueden llegar a subestimar a sus alumnos”. (Alumno 64, 4 semestre).

Los alumnos perciben una mala relación en las evaluaciones pues afirman que existe favoritismo para algunos y exclusión hacia otros, deteriorando la relación profesor-alumno:

“En el trabajo de los maestros, algunos no son muy objetivos en su forma de calificar para con algunos alumnos. Siento que les dan preferencia a alumnos que simpatizan con ellos y a otros como que se les excluye y surge como una indiferencia por parte del maestro o simplemente se porta a la defensiva con el alumno”. (Alumno 3, 8 semestre).

Otro aspecto muy particular que deteriora la relación profesor-alumno es el maltrato de los profesores debido a situaciones personales o familiares que trascienden hacia su labor en las aulas:

“Otros profesores traen sus problemas a los salones desquitándose con los alumnos. Sobre todo si tienen [problemas con] su pareja [que trabaja] en la institución”. (Alumno 56, 4 semestre).

4.2. Análisis de datos cuantitativos.

Con el fin de verificar los resultados de naturaleza cualitativa, se procedió a diseñar y aplicar un cuestionario para medir las expectativas de los estudiantes en las categorías: expectativas del desempeño de los profesores, expectativas sobre la universidad como institución, expectativas sobre los servicios de apoyo y, expectativas sobre el programa educativo. Al igual que en el apartado anterior, sólo efectuamos el análisis cuantitativo de la categoría “desempeño de los profesores”.

Tabla 2. Valores medios de los items de la variable trabajo docente.

Items	Media*	Desv. Típ.
Utilizan en las clases una diversidad de técnicas de enseñanza	2.67	0.89
Las clases guardan el equilibrio teoría/práctica	2.81	0.97
Motivan a los alumnos para acceder a nuevos conocimientos	2.87	0.94
Evalúan objetivamente los trabajos escritos, las tareas y los exámenes	2.92	0.74
Los temas que enseñan tienen utilidad real	2.95	0.87
Exponen los temas con claridad expositiva y secuencia lógica	2.98	0.79
El nivel académico de los profesores debe mejorar	2.98	0.93
Respetan los puntos de vista e ideas de los alumnos	3.11	0.89
Fomentan la discusión, participación e investigación en cada tema	3.15	0.86
Se apoyan en materiales y/o equipo didáctico(apuntes, PC, talleres, sala de cómputo, etc.)	3.18	0.82
Aclaran dudas sobre la materia en clases.	3.29	0.81
Atienden fuera de clases	3.35	0.86
Son puntuales	3.42	0.67
Conocimiento amplio de la materia que se imparte	3.43	0.62
Manifiestan respeto por los alumnos y/o el grupo	3.45	0.72
Fomentan el trabajo en equipo	3.55	0.68
<u>Asisten con regularidad a clases</u>	3.62	0.66

Fuente: elaboración propia según resultados de la encuesta a los alumnos de la LCE

*Para los valores medios se utilizó la escala: 1) Insatisfecho, 2) Escasamente satisfecho, 3) Medianamente satisfecho y, 4) Satisfecho.

Los resultados de la tabla 2 corroboran la información cualitativa pues en aspectos del trabajo docente tales como *el empleo de diversas técnicas de enseñanza, exposición de temas con claridad y secuencia lógica, utilidad real de los contenidos (prácticas), evaluación objetiva de las actividades escolares de los alumnos y, el nivel académico de los profesores*, el nivel de satisfacción de las expectativas de los estudiantes se ubican en el rango de escasamente satisfechos a medianamente satisfechos. Llama la atención el hecho de que sólo los aspectos *fomentan el trabajo en equipo y asisten con regularidad a clases* se ubican en el rango de medianamente satisfechos a satisfechos.

Con la finalidad de indagar si el semestre que cursan los alumnos influye en el nivel de satisfacción de sus expectativas se analizaron los valores de la media por semestre mismos que se muestran en la tabla 3. Los resultados muestran que los alumnos con menor tiempo de haberse matriculado en la carrera tienen niveles de satisfacción en sus expectativas más bajos que aquellos que están en el último año de la carrera; por ejemplo, en el cuarto semestre siete de los 17 items de la categoría resultaron con los valores medios más bajos y no se encontraron valores medios altos, en el sexto semestre nueve items obtuvieron valores bajos y cuatro niveles altos y, en el décimo semestre 12 items obtuvieron valores altos y sólo uno de ellos obtuvo un valor medio bajo. Estos resultados concuerdan con los teóricos en el sentido de que a medida que transcurre el tiempo, las expectativas de los alumnos suelen ir modificándose (Boulding et al, 1993); nosotros establecemos el supuesto de que al parecer, dichas modificaciones en las expectativas de los estudiantes van en el sentido de “acostumbrarse o resignarse” sobre la forma de trabajo de los docentes, situación que se verá

influenciada por variables de naturaleza socioeconómica, sociocultural, entre otras, que vienen a constituirse en vetas importantes en la investigación de las expectativas estudiantiles que merecen ser estudiadas.

Tabla 3. Valores medios de los items de la categoría trabajo docente por semestre.

Items	Semestre			Totales
	Cuarto	Sexto	Décimo	
	Valores medios			
Conocimiento amplio de la materia que se imparte	3.46	3.67**	3.30*	3.47
Exponen los temas con claridad expositiva y secuencia lógica	2.77*	3.22**	3.10	3.00
Atienden fuera de clases	3.27*	3.39	3.42**	3.35
Utilizan en las clases una diversidad de técnicas de enseñanza	2.69	2.39*	2.75**	2.63
Evalúan objetivamente los trabajos escritos, las tareas y los exámenes	2.88	2.61*	3.20**	2.91
Motivan a los alumnos para acceder a nuevos conocimientos	2.77	2.61*	3.20**	2.86
Fomentan la discusión, participación e investigación en cada tema	3.00*	3.00	3.50**	3.16
Se apoyan en materiales y/o equipo didáctico (apuntes, PC, talleres, sala de computo, etc.)	3.08	2.94*	3.50	3.17
Los temas que enseñan tienen utilidad real	2.80	2.78*	3.35**	2.97
Respetan los puntos de vista e ideas de los alumnos	2.88*	3.11	3.35**	3.09
Aclaran dudas sobre la materia en clases.	2.92*	3.61**	3.45	3.28
Asisten con regularidad a clases	3.58	3.56*	3.80**	3.64
Son puntuales	3.35*	3.65**	3.35	3.43
Las clases guardan el equilibrio teoría/práctica	2.62	2.44*	3.35**	2.80
Manifiestan respeto por los alumnos y/o el grupo	3.35*	3.50	3.65**	3.48
Fomentan el trabajo en equipo	3.58	3.28*	3.75**	3.55
El nivel académico de los profesores debe mejorar	3.16	2.33*	3.30**	2.97

Fuente: elaboración propia según resultados de la encuesta a los alumnos de la LCE

*Valor medio más bajo; **Valor medio más alto.

Con el fin de comprobar la existencia de diferencias significativas en las expectativas de los estudiantes según el semestre que cursan, se efectuó la prueba ANOVA con un nivel de significación de 0.05. La tabla 4 muestra que de los 17 items de la categoría, cuatro resultaron significativos ($p < 0.05$), lo que indica que si influye el semestre que cursan los alumnos en sus expectativas estudiantiles.

Tabla 4. ANOVA de los items de la categoría trabajo docente

Items	F	Sig.
Conocimiento amplio de la materia que se imparte	1.717	.188
Exponen los temas con claridad expositiva y secuencia lógica	2.124	.128
Atienden fuera de clases	.191	.827
Utilizan en las clases una diversidad de técnicas de enseñanza	.882	.419

Evalúan objetivamente los trabajos escritos, las tareas y los exámenes	3.138	.050*
Motivan a los alumnos para acceder a nuevos conocimientos	2.053	.137
Fomentan la discusión, participación e investigación en cada tema	2.438	.096
Se apoyan en materiales y/o equipo didáctico (apuntes, PC, talleres, sala de computo, etc.)	2.211	.118
Los temas que enseñan tienen utilidad real	2.938	.061
Respetan los puntos de vista e ideas de los alumnos	1.594	.211
Aclaran dudas sobre la materia en clases.	5.099	.009*
Asisten con regularidad a clases	.873	.423
Son puntuales	1.267	.289
Las clases guardan el equilibrio teoría/práctica	5.286	.008*
Manifiestan respeto por los alumnos y/o el grupo	1.035	.361
Fomentan el trabajo en equipo	2.553	.086
<u>El nivel académico de los profesores debe mejorar</u>	<u>7.490</u>	<u>.001*</u>

Fuente: elaboración propia según resultados de la encuesta a los alumnos de la LCE

*Items en donde se encontraron diferencias significativas

Analizando los cuatro items que resultaron con diferencias significativas a través de la prueba post hoc de Tukey y obteniendo los subconjuntos homogéneos (ver tabla 5), se vuelve a corroborar que los subconjuntos 1 en su mayoría contienen los valores medios más bajos que corresponden a los alumnos de cuarto y sexto semestre y, los subconjuntos 2 contienen los valores medios más altos y que en su mayoría corresponden a los alumnos del último semestre de la carrera. Todo lo anterior indica que efectivamente los alumnos de nuevo ingreso tienen expectativas más altas del trabajo docente.

Tabla 5. Prueba post hoc de Tukey y Subconjuntos homogéneos.

Items	Subconjuntos homogéneos*	Semestre**		
		Cuarto	Sexto	Décimo
Evalúan objetivamente los trabajos escritos, las tareas y los exámenes.	1	2.88	2.61	
	2			3.2
Aclaran dudas sobre la materia en clases.	1	2.92		
	2		3.61	3.45
Las clases guardan el equilibrio teoría/práctica.	1	2.62	2.44	
	2			3.35
El nivel de los profesores debe mejorar.	1	3.16	2.33	
	2			3.30

*Subconjunto para alfa = .05

**Se muestran las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

5. CONCLUSIONES

Este pequeño análisis de carácter exploratorio da cuenta desde las representaciones sociales de los alumnos de la existencia de aspectos que deben atenderse para satisfacer las expectativas de los alumnos matriculados en la LCE. Los resultados muestran que durante los dos primeros años de permanecer en la escuela, los alumnos presentan niveles más bajos de satisfacción de sus expectativas, situación que bien puede explicar las altas tasas de deserción que se presentan durante este periodo; esta situación disminuye con el paso del tiempo pues en el último año (quinto), son escasos los alumnos que hacen comentarios con críticas fuertes acerca del escaso cumplimiento de sus expectativas haciendo suponer que los alumnos que permanecen en el PE acaban por "aceptar, acostumbrarse, adaptarse o resignarse" a la forma de trabajo de la institución, del PE y de los docentes (Boulding et al, 1993).

Los resultados obtenidos muestran que es necesario hacer ajustes en la forma de llevar a cabo el proceso de enseñanza de los profesores, mismo que suele caracterizarse por ser altamente tradicional, que no responde a las expectativas de aprendizaje de los alumnos quienes esperan una enseñanza en la que se utilicen una variedad de técnicas y medios didácticos acordes a las distintas formas en que aprenden (clases prácticas, efectuar proyectos, estudios de casos, uso de *software* contable y administrativo, entre otros). Se aprecia que a pesar de que los profesores presentan elevada formación académica expresada a través de estudios de maestría y doctorado y, experiencia profesional-laboral, dicha formación no ha contribuido a que los docentes sean eficaces para transmitir dichos conocimientos en el aula, por lo que es necesario capacitar a los docentes en temas de didáctica universitaria.

Referencias bibliográficas

Libros:

1. Fernández, E. (1993). *Introducción a la gestión (Management)*. Universidad Politécnica de Valencia. Valencia.
2. Guzmán, C. y Saucedo, C. (2007). *La voz de los estudiantes. Experiencias en torno a la escuela*. México. UNAM-CRIM.
3. Hayes, B. (2006). *Cómo medir la satisfacción del cliente. Diseño de encuestas y métodos de análisis estadísticos*. México. Alfaomega.
4. Lepeley, M. (2007). *Gestión y Calidad en Educación. Un modelo de evaluación*. México. Mc Graw Hill.
5. Varo, J. (1994). *Gestión Estratégica de la Calidad en los Servicios Sanitarios. Un modelo de gestión hospitalaria*. Díaz De Santos. Madrid.

Capítulo de libro:

1. Flores, J. (2005). "Presentación" en Doise, W. Et al (coord.); *Representaciones sociales y análisis de datos*, Instituto Mora, México.

2. Guerrero, M. (2007). "¿Para qué ir a la escuela? Las actitudes y expectativas de los estudiantes hacia el bachillerato", en GUZMÁN Y SAUCEDO (coords.), *La voz de los estudiantes. Experiencias en torno a la escuela*. México. UNAM-CRIM.
3. Gutiérrez, S. y Campos, D. (2008). "Motivaciones de los jóvenes para estudiar comunicación social. Un estudio de representaciones sociales", en ARBESÚ M, GUTIÉRREZ S. Y PIÑA J. (coords.), *Educación superior. Representaciones sociales*. México. Gernika.

Artículos:

1. Boulding, W., Kalra, A., Stelin, R. y Zeithaml, V.A. (1993). "A dynamic process model of service quality: from expectations to behavioural intentions". *Journal of Marketing Research*, 30, 7-27.
2. Cádiz, E., Díaz, R., Londoño, F. y Vegas, B. (junio 2009). *Expectativas de Docentes, Estudiantes y Egresados sobre la Calidad del Ingeniero Industrial de la UNEXPO-Caracas*. Ponencia presentada en la Seventh Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology (LACCEI'2009) "Energy and Technology for the Americas: Education, Innovation, Technology and Practice". San Cristóbal, Venezuela.
3. Maceira, J., Martín, E. y Terry, B. (1999). "Nivel de vocación por la especialidad de enfermería en los estudiantes de segundo año". *Revista Cubana de Enfermería*, 15 (1), 17-21.
4. Salcedo, A. (2010). "Deserción universitaria en columbia". *Revista Academia y Virtualidad*. Universidad. Militar Nueva Granada. 3 (1). 50-60.
5. Sander, P. (2005). "La investigación sobre nuestros alumnos, en pro de una mayor eficacia en la enseñanza universitaria". *Revista Electrónica de Investigación Psicoeducativa y Psicopedagógica*, 3(1), 113-130.
6. Soutar, N. y Turner, P. (2002). "Students' preferences for university: a conjoint analysis". *International Journal of Educational Management* , 16 (1), 40-45.
7. Tinto, V. (1989). "Definir la deserción: una cuestión de perspectivas". *Revista de Educación Superior*. Distrito Federal, México, Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), vol.XVIII, N° 3.
8. Villalobos, C. A., Melo, H. Y. y Pérez, V. C. (2010). "Percepción y Expectativas de los alumnos universitarios frente al profesor no pedagogo". *Estudios Pedagógicos*, 36 (2), 241-249

METODOLOGÍA PARA RECOPIRAR INFORMACIÓN A PARTIR DE GRUPOS DE ENFOQUE: UN CASO APLICADO A COMPETENCIAS CURRICULARES.

María López Larrea lopezlarrea@yahoo.com.mx UMSNH
María Eugenia Romero Olvera mero_67@yahoo.com.mx UMSNH

Resumen:

Se desarrolla de forma integral una aplicación de la técnica de grupos de enfoque, para explorar la percepción de necesidades de formación mediante competencias profesionales en poblaciones relacionadas con la prestación de servicios de educación superior: estudiantes, académicos y empleadores, también obtener información cualitativa de estos sujetos sobre el perfil de referencia de la profesión-carrera expresado en términos de competencias profesionales, Así como identificar propuestas para el mejoramiento del perfil de referencia. Con ello se pretende promover esta técnica para utilizarla para su aplicación en un enfoque regional dentro de la propuesta de Modelo Pedagógico por Competencias para la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la UMSNH.

Palabras clave: Competencias educativas, perfil de referencia, grupos de enfoque, formación, competencias profesionales.

Abstract

Develops an integral application of the technique of focus groups to explore the perception of training needs through professional skills in people related to the provision of higher education: students, academics and employers, also obtain qualitative information on these subjects on the profession- career reference profile expressed in terms of professional skills As well as identify proposals for the improvement of the reference profile. It is intended to promote this technique to use for your application in a regional approach in the proposal for pedagogical model competencies to the Faculty of accounting and Administrative Sciences of the UMSNH.

Key words:

Educational skills, profile of reference, groups approach, training, skills profile.

Desarrollo del trabajo

Concurrimos a este evento para socializar y enriquecer los resultados de una investigación documental, que es un sub-producto del: "Proyecto de Investigación Modelo Pedagógico por Competencias para los Programas Académicos acreditados de la FCCA de la de la UMSNH". Presentando la metodología para la aplicación en el diseño de competencias mediante la técnica de grupos de enfoque, esperando aplicarla en la Región Centro Occidente de la ANFECA. La tendencia a utilizar el enfoque por competencias en los programas de educación superior ya tiene algunos años y la investigación sobre el tema es muy abundante, sin embargo, son pocas las experiencias en la que participan grupos de académicos de diferentes países, en este trabajo presentamos la experiencia desarrollado bajo el proyecto 6X4 Unión Europea- América Latina y el Caribe (2008): seis carreras, cuatro ejes. Específicamente, profesiones: Medicina, Ingeniería Electrónica, Eléctrica y afines, Administración, Matemáticas, Historia y Química y cada una de ellas en los 4 ejes de análisis: créditos académicos, evaluación y acreditación, competencias profesionales, y formación para la innovación e investigación; con el objeto de poder introducirlo en el procesos de diseño curricular por competencias en la FCCA de la UMSNH. Estos perfiles beneficiarán a los procesos de homologación y de revalidación de estudios y títulos obtenidos en el extranjero, porque proveen

información que facilita la justa valoración de estudiantes y profesionales que solicitan su ingreso a las instituciones de educación para continuar con sus estudios y para el ejercicio profesional. En nuestro caso los perfiles podrían ser utilizados para obtener un perfil por competencias regional: Guanajuato, Colima, Jalisco y Michoacán.

La introducción del enfoque de competencias profesionales en el ámbito educativo responde a una creciente demanda de la sociedad de conocer las capacidades que se desarrollan a través de los diferentes procesos de formación, y por el interés de mejorar la preparación para lograr una mayor pertinencia para incorporarse al ambiente laboral. Esta demanda se basa en los diferentes estudios e investigaciones que se han realizado, tanto en el ámbito académico como en el laboral, sobre las competencias que necesitan los egresados de las universidades para incorporarse al trabajo.

Es importante señalar que los referentes comunes en las competencias y en los criterios de evaluación están orientados a resultados, lo que permite mayor creatividad y flexibilidad en las rutas para adquirir las competencias y aprendizajes, en los diseños de los procesos de formación y en la selección de las estrategias curriculares y pedagógicas.

Introducción

La metodología de los Grupos de Enfoque (Focus Groups), es una de las herramientas usadas para recopilar información de fuentes primarias usando una perspectiva cualitativa. Por esta razón se trata de un método que obtiene información a nivel introspección de los individuos que conforman el grupo. Difiere de los métodos cuantitativos (por ejemplo encuestas), entre otras cosas, porque no busca hacer predicciones sobre los fenómenos usando datos en gran escala, los que permiten hacer predicciones generalizables. En el Focus Group, se permite a los participantes expresar en las sesiones de enfoque cuantas ideas, observaciones y/o comentarios deseen. El investigador además de escuchar el contenido de las discusiones del grupo de enfoque, registra sus emociones, ironías, contradicciones y tensiones, tono de voz, lenguaje corporal, lo que le permite conocer no solo los hechos, sino también el significado detrás de los hechos. La generación de información de calidad de estos significados es la mayor ventaja del método de Focus Groups. Sin embargo, por el número de sujetos que proporcionan los datos, se considera que los resultados no son generalizables.

El Focus Group es un tipo de entrevista grupal, que se caracteriza por la interacción entre los participantes. Si no hay un grupo no hay un Grupo de Enfoque. En una sesión la conversación entre participantes resulta en datos que son “hablados” conformando información que constituye un retrato de las perspectivas individuales combinadas. La metodología de Grupos de Enfoque consiste en generar una buena conversación sobre un tema determinado. En esta conversación natural los participantes cuentan historias personales relacionadas con el tema, ríen, disienten, analizan, se contradicen, guardan silencios y hasta se interrumpen, aumentando la información con detalles que se suman alrededor del tema central. Cada grupo tendrá su propia dinámica dependiendo de los participantes y de su contexto. Por ello es preciso que el moderador mantenga la conversación dentro de un “enfoque”, durante un período de 1 hora y media a dos horas. Para mantener este enfoque, el moderador usa una Guía de Entrevista, que está diseñada para ayudar al grupo a relajarse, crear confianza, pensar intensamente y considerar alternativas. Esta guía debe generar sinergias y participación de todos los miembros del grupo, las preguntas generalmente van de lo general a lo específico y las sesiones se graban y transcriben para preparar la información primaria para el análisis e interpretación. Un reporte basado en información recopilada de un Grupo de Enfoque presenta patrones formados por palabras, que se denominan temas o perspectivas. Los investigadores deben usar un método específico de análisis de patrones en lenguaje hablado.

Metodología

I. Preparación de la sesión

1. Reunir un grupo de entre 8 y 12 participantes CON CARACTERISTICAS SIMILARES. Por ejemplo un grupo sólo de profesores-académicos, otro de egresados de la misma área específica (criterio de formadores de profesionistas/profesionistas en activo) y un grupo de empleadores de egresados (criterio de usuarios del servicio prestado por el profesionista) en el área educativa en estudio.
2. Esta técnica de formar diferentes grupos para analizar un mismo tema, conocida como Grupos de Enfoque Múltiple, permite comprender las diferentes perspectivas de los distintos interesados/afectados/actores del tema en estudio. Se trata de formar grupos con personas similares de acuerdo a un criterio de investigación determinado, en el caso del Proyecto 6x4 UEALC el criterio que se aplica es el de participantes similares conforme a su rol en el proceso educativo: estudiante/profesor/empleador. Esta homogeneidad garantiza la calidad de los datos recabados. Se sugiere extender la invitación a un 50% más de personas previendo que no todos asisten por diversos motivos de última hora.
3. Enviarles junto con la invitación el documento del perfil de referencia acordado para que lo revisen.
4. Dar un incentivo por el tiempo que las personas dedican a esta participación. En el caso de investigaciones de naturaleza educativa, al finalizar la sesión, se sugiere dar a cada participante una carta de agradecimiento suscrita por la autoridad educativa correspondiente.

II. Administración de la sesión del Grupo de Enfoque

1) Rompiendo el hielo

Es esencial antes de iniciar una discusión en grupo, su propósito es crear un ambiente cálido y confiable para los participantes y alentar su participación en las dinámicas. Algunas ideas para romper el hielo son:

- a) Dar la bienvenida a los participantes en lo individual y hacerlos sentir confortables presentándolos entre sí
- b) Hacer plática de asuntos recientes de conocimiento general evitando los aspectos claves que se analizarán en el seno del Grupo de Enfoque
- c) Solicitarles llenar una forma de registro (anexa) que proporcionará información para describir el perfil del grupo
- d) Durante el período de rompe hielo el moderador deberá observar la interacción de los participantes identificando a los participantes que dominan el grupo, los tímidos y los que se consideran expertos
- e) El período de rompe hielo debe durar entre 5 y 10 minutos

2) Introducción del Grupo de Enfoque

- a) Bienvenida
- b) Descripción general del tema
- c) Lineamientos para guiar la participación
- d) Número de preguntas
- e) Nivel de participación y papel del moderador

f) Pregunta de apertura. Generalmente es una pregunta abierta que permite a los participantes expresar cómo ven o comprenden el fenómeno en análisis. Esta pregunta puede ser sobre una definición (por ejemplo: ¿qué es una competencia profesional?), una explicación, o un comentario de su experiencia en materia de desempeño por competencias profesionales adquiridas durante sus estudios universitarios.

3) *Las preguntas*

Vale la pena recordar al hacer las preguntas que:

- a) Debe definirse una ruta de preguntas o guía de temas
- b) Las preguntas deben ser cuidadosamente redactadas y apropiadamente secuenciadas (se sugiere determinar un mínimo de preguntas)
- c) Las preguntas deben ser planteadas en forma de conversación
- d) Los moderadores deben alterar la secuencia de preguntas si alguna de ellas se contesta dentro de la discusión o análisis de algún tema, para dar secuencia a la conversación
- e) Los moderadores deben llevar control del tiempo
- f) Los moderadores deben distinguir entre la conversación de las personas y las respuestas a las preguntas que se dan en forma de conversación, estando pendiente de mantener el enfoque del grupo hacia las respuestas, al aparecer la redundancia debe cambiarse a otra pregunta
- g) El moderador debe dirigirse a los participantes que responden por su nombre para identificar la participación durante la etapa de transcripción de la conversación

4. *Cierre de la discusión*

El moderador hace una breve síntesis de los puntos de vista y pregunta si esta percepción es precisa, posteriormente invita a hacer preguntas, comentarios, observaciones y/o correcciones.

5. *Registro de percepciones del moderador*

En cuanto se retiren los participantes, el moderador debe escribir sus observaciones y percepciones sobre la sesión (diario de campo por grupo, toma de 10 minutos a una hora), siguiendo un orden de ideas como este:

- a) ¿Cuáles fueron las ideas o temas más importantes en esta discusión?
- b) ¿Cómo difiere esto de la expectativa del moderador y del objetivo del proyecto?
- c) ¿Cómo difiere este de los otros grupos?
- d) ¿Qué citas deben recordarse y posiblemente incluirse en el reporte?
- e) ¿Se encontró algo nuevo en forma inesperada o anticipada?
- f) Resumen y conclusiones de la sesión

III. Procesamiento de la información y elaboración del reporte

1. *Transcripción de la grabación.* Transcripción literal de la grabación señalando pausas, identificando personas, y anotando el tono de voz percibido, verificando al término de cada una de las preguntas la fidelidad de la transcripción. El investigador contrastará las grabaciones con las transcripciones según su criterio en forma aleatoria o en su totalidad.

b) *Análisis de patrones*. Identificará los patrones de la conversación por cada tema, así como las ideas, conceptos y temas de acuerdo, negociación o desacuerdo. Seleccionará las citas que fortalecen estos patrones.

Puede usar tablas (a veces se llaman matrices de evidencias) para organizar los aspectos relevantes de cada uno de los temas tratados y para construir las conclusiones.

c) *Elaboración del reporte final*. Destaca los resultados generados por esta información, los interpreta a la luz de los objetivos del Proyecto 6x4 UEALC y describe los aspectos nuevos encontrados en la investigación, así como sus implicaciones correspondientes.

Aspectos éticos

El trabajo en un Grupo de Enfoque requiere honestidad en el manejo, debiendo informarse a los participantes sobre las expectativas que se tienen del trabajo y del tema que se va a tratar. Una buena práctica es no presionar a los participantes y de ninguna forma orientar sus respuestas. Debe considerarse que la información que ellos dan es confidencial y no será usada para otros fines más que para un reporte de investigación en el cual la identidad de cada uno de ellos será mantenida en el anonimato. Es importante aclarar que los resultados de la investigación se integrarán a un reporte que será divulgado entre la comunidad para fines de presentar avances del conocimiento en la materia sujeta a investigación, y que se guardará la más estricta objetividad en el procesamiento e interpretación de los datos recabados.

ANEXO 1

GRUPO DE ENFOQUE 1. EGRESADOS

Ruta de preguntas

PREGUNTA EJE	PREGUNTA DERIVADA 1	PREGUNTA DERIVADA 2	PREGUNTA DERIVADA N	OBSERVACIONES
INICIO ¿Sabén qué es una competencia profesional?	¿Cuándo se dice que un profesional es competente?	Un ejemplo de una competencia profesional es...	Cada uno de ustedes mencione una competencia profesional que posee	Pregunta abierta
¿Cuáles son las competencias profesionales que tienen hoy, con lo que han estudiado hasta ahora?	¿Han desarrollado alguna competencia profesional adicional a las adquiridas como resultado de sus estudios?	¿Para qué se aplica esa competencia en el mundo laboral?	¿Es útil esa competencia para su desarrollo profesional?	Ruta temática de las preguntas Significa que se busca la respuesta del grupo a esta pregunta clave
¿Consideran apropiado el perfil de referencia propuesto para reconocer la capacidad profesional de una persona?	¿Le añadirían o eliminarían alguna competencia?	¿Este perfil facilitaría los procesos de formación profesional dentro y fuera de las instituciones de educación superior?	¿Este perfil les facilitaría a los egresados su incorporación al mercado laboral?	Ruta temática de las preguntas

GRUPO DE ENFOQUE 2. ACADÉMICOS

Ruta de preguntas

PREGUNTA EJE	PREGUNTA DERIVADA 1	PREGUNTA DERIVADA 2	PREGUNTA DERIVADA N	OBSERVACIONES
<p>INICIO</p> <p>¿Qué han escuchado de la educación por competencias profesionales?</p>	<p>¿Cuándo se dice que un profesional es competente?</p>	<p>Un ejemplo de una competencia profesional es ...</p>	<p>Cada uno de ustedes mencione una competencia profesional que desarrolla en su programa</p>	<p>Pregunta abierta</p>
<p>¿Consideran apropiado que la educación superior adopte un enfoque de competencias profesionales?</p>	<p>¿En qué forma puede adoptarse un enfoque de competencias profesionales en la educación superior de AL?</p>	<p>¿Los egresados del nivel superior requieren desarrollar competencias para incorporarse al mercado laboral?</p>	<p>¿Qué hace falta a los egresados para facilitar su incorporación al mercado laboral y su desarrollo en él?</p>	<p>Ruta temática de las preguntas</p>
<p>¿Consideran apropiado el perfil de referencia propuesto para reconocer la capacidad profesional de una persona?</p>	<p>¿Le añadirían o eliminarían alguna competencia?</p>	<p>¿Este perfil facilitaría los procesos de formación profesional dentro y fuera de las instituciones de educación superior?</p>	<p>¿Este perfil les facilitaría a los egresados su incorporación al mercado laboral?</p>	<p>Ruta temática de las preguntas</p>

GRUPO DE ENFOQUE 3. EMPLEADORES
RUTA DE PREGUNTAS

PREGUNTA EJE	PREGUNTA DERIVADA 1	PREGUNTA DERIVADA 2	PREGUNTA DERIVADA N	OBSERVACIONES
<p>INICIO</p> <p>¿La educación universitaria desarrolla competencias para el trabajo en organizaciones y en la empresa?</p>	<p>¿Qué problemas enfrenta la empresa y las organizaciones para alinear los conocimientos que trae el profesionista a las actividades que desempeña?</p>	<p>Un ejemplo de una competencia profesional para una posición dentro de su empresa u organización es...</p>	<p>Cada uno de ustedes mencione una competencia profesional que requiere una persona para trabajar en su empresa u organización</p>	<p>Pregunta abierta</p>
<p>¿Qué tipo de competencia requiere un profesional en [nombre de la profesión-carrera] para trabajar en una organización o empresa?</p>	<p>¿Cómo puede la institución de educación superior adaptarse al ritmo del cambio de necesidades de competencias profesionales por parte del sector empresarial?</p>	<p>¿Las Instituciones de Educación Superior requieren adoptar un enfoque de educación por competencias profesionales?</p>	<p>¿Qué hace falta a los egresados para facilitar su incorporación al mercado laboral y su desarrollo en él?</p>	<p>Ruta temática de las preguntas</p>
<p>¿Consideran apropiado el perfil de referencia propuesto para reconocer la capacidad profesional de una persona?</p>	<p>¿Le añadirían o eliminarían alguna competencia?</p>	<p>¿Este perfil facilitaría los procesos de formación profesional dentro y fuera de las instituciones de educación superior?</p>	<p>¿Este perfil les facilitaría a los egresados su incorporación al mercado laboral?</p>	<p>Ruta temática de las preguntas</p>

A partir de esta ruta de preguntas se elabora la guía de la entrevista que permite al moderador enfocar la conversación e interacción de cada grupo.

GRUPO DE ENFOQUE 1. EGRESADOS
FORMATO DE REGISTRO

UNIVERSIDAD _____
 PAÍS _____
 CIUDAD _____
 NOMBRE _____
 DIRECCIÓN _____
 CORREO ELECTRÓNICO _____
 EDAD _____ GÉNERO _____
 PROFESIÓN _____

NIVEL EDUCATIVO

A. LICENCIATURA B. ESPECIALIZACIÓN C. MAESTRÍA D. DOCTORADO
 _____ _____ _____ _____

GRUPO DE ENFOQUE 2. ACADÉMICOS
FORMATO DE REGISTRO

UNIVERSIDAD _____

PAÍS _____

CIUDAD _____

NOMBRE _____

DIRECCIÓN _____

CORREO ELECTRÓNICO _____

EDAD _____ GÉNERO _____

PROFESIÓN _____

CARRERA EN LA QUE ES DOCENTE _____

SEMESTRE _____

NIVEL EDUCATIVO

A. LICENCIATURA

B. ESPECIALIZACIÓN

C. MAESTRÍA

D. DOCTORADO

GRUPO DE ENFOQUE 3. EMPLEADORES
FORMATO DE REGISTRO

ORGANIZACIÓN O EMPRESA _____

PAÍS _____

CIUDAD _____

NOMBRE _____

DIRECCIÓN _____

CORREO ELECTRÓNICO _____

EDAD _____ GÉNERO _____

PROFESIÓN _____

CARGO _____

ANTIGÜEDAD EN LA EMPRESA _____

TABLA PARA REGISTRAR LAS RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS

SÍNTESIS Y PUNTOS CLAVE	CITAS (QUOTES) RELEVANTES
OBSERVACIONES	
COMENTARIOS	

ANEXO 2

COMPETENCIAS GENÉRICAS

RESULTADO DEL SEGUNDO SEMINARIO INTERNACIONAL DE SEGUIMIENTO

Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3
Dominio de los conocimientos de la profesión		
Aplica los conocimientos básicos de la profesión en la explicación y solución de problemas de su campo de acuerdo a los parámetros de la profesión.	Aplica los conocimientos avanzados de la profesión para la predicción de eventos en su campo de manera confiable.	Crea nuevos conocimientos de la profesión en la solución de problemas complejos de forma sistemática y reflexiva.
Metodología de la profesión		
Busca, evalúa, selecciona y utiliza la información actualizada y pertinente para su campo profesional.	Busca, evalúa, selecciona y utiliza la información especializada y pertinente para su campo profesional.	Busca, evalúa, selecciona y utiliza la información científica para el proceso de investigación.
Utiliza tecnologías de información y comunicación genéricas y especializadas en su campo como soporte de su ejercicio profesional a nivel básico.	Utiliza las tecnologías de información y comunicación especializadas en su campo como soporte de su ejercicio profesional y de los procesos de investigación e innovación a nivel avanzado.	Utiliza tecnologías de información y comunicación especializadas en diversos campos como soporte de los procesos de investigación e innovación a nivel avanzado.
Analiza problemas, situaciones y contextos aplicando los métodos y técnicas básicas e integra soluciones y propuestas pertinentes en su campo profesional.	Analiza problemas, situaciones y contextos aplicando los métodos y técnicas actuales e integra soluciones y propuestas pertinentes en su campo profesional.	Sistematiza experiencias y genera nuevos modelos y técnicas de análisis.
Investigación e innovación		
Colabora en proyectos de investigación básica y aplicada encaminados a identificar procesos, productos o campos en los que hay la posibilidad de mejorar o innovar.	Diseña, ejecuta y evalúa de manera individual y colectiva, proyectos de investigación básica y aplicada encaminados a identificar procesos, productos o campos en los que hay la posibilidad de mejorar o innovar.	Diseña, ejecuta y evalúa de manera individual y colectiva, proyectos de investigación básica y aplicada encaminados a generar conocimientos que mejoran o perfeccionan el desempeño profesional en su campo, contribuyen al avance de la ciencia y al desarrollo de la tecnología.

Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3
Aplica los métodos básicos de investigación de su profesión con habilidad.	Aplica los métodos de investigación actuales, con habilidad y a partir de un profundo conocimiento de ellos.	Aplica los métodos de investigación actuales de su profesión y de otros campos disciplinares, con un profundo conocimiento de ellos.
Liderazgo y gestión		
Dirige y organiza equipos de trabajo orientados hacia los objetivos de la organización dentro de los indicadores de desempeño de la organización, con calidad, competitividad, responsabilidad, justicia y ética.	Gestiona y dirige proyectos con efectividad y buen funcionamiento del grupo de trabajo.	Dirige y gestiona proyectos de investigación integrando equipos de trabajo creativos y eficaces.
Gestiona la información y el conocimiento de las organizaciones o grupos para su operación y desarrollo.	Desarrolla procesos y sistemas para la gestión de la información y conocimiento de las organizaciones o grupos.	Gestiona la innovación orientándola a organizar y dirigir los recursos disponibles, tanto humanos como técnicos y económicos, con el objetivo de aumentar la creación de nuevos conocimientos, generar ideas que permitan obtener nuevos productos, procesos y servicios o mejorar los existentes, y transferir esas mismas ideas.
Comunicación		
Comunica, bajo supervisión, las ideas y/o resultados de los proyectos en el ámbito de la profesión con el lenguaje, información y medios de difusión propios del campo, adecuados al propósito académico, profesional o de divulgación de la comunicación y a los diferentes auditorios a los que se dirige.	Comunica las ideas y/o resultados de los proyectos que lleva a cabo con el lenguaje, información y medios de difusión propios del campo, adecuados al propósito académico, profesional o de divulgación de la comunicación y a los diferentes auditorios a los que se dirige.	Comunica resultados de investigación y participa en el diálogo y discusión científica con las bases conceptuales que rigen la acción de investigación.
Comprender y producir mensajes orales y escritos en la lengua extranjera de mayor uso en su campo profesional.	Comprender y producir mensajes orales y escritos en las lenguas extranjeras más utilizadas en los grupos de trabajo internacionales en su campo profesional.	Comprender y producir mensajes orales y escritos en las lenguas extranjeras más utilizadas por los investigadores en el campo.

Trabajo colaborativo		
Trabaja en equipos profesionales para la resolución de problemas y en el ejercicio profesional de forma colaborativa y propositiva en el contexto nacional e internacional.	Trabaja en equipos profesionales multidisciplinares e interdisciplinares, nacionales e internacionales, para la resolución de problemas de forma colaborativa y propositiva.	Trabaja en equipos de expertos e investigadores, nacionales e internacionales de forma colaborativa y propositiva.
Ética profesional y responsabilidad social		
Evalúa de forma crítica y objetiva las situaciones, problemas, argumentos y propuestas con una actitud comprensiva, respetuosa y tolerante hacia las culturas e ideas de los demás.	Entiende las aplicaciones éticas de su desempeño profesional y defiende sus principios y valores con solidez y criterio.	Integra en su acción las dimensiones humanas y atiende al contexto social y a su responsabilidad social.

Conclusiones

Resumiendo en esta ponencia se presentan la metodología a utilizar cuando se introducen los grupos de enfoque para construir las competencias, en tres pasos: I. Preparación de la sesión II. Administración de la sesión del Grupo de Enfoque III. Procesamiento de la información y elaboración del reporte y las reflexiones sobre aspectos éticos y formatos y ejemplos prácticos de su desarrollo. Con el objeto de que se aplique dentro del: "Proyecto de Investigación Modelo Pedagógico por Competencias para los Programas Académicos acreditados de la FCCA de la de la UMSNH".

Referencias Bibliográficas

Asociación Colombiana de Universidades. (2008). PROPUESTAS Y ACCIONES UNIVERSITARIAS PARA LA TRANSFORMACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN AMÉRICA LATINA INFORME FINAL DEL PROYECTO 6X4 UEALC. BOGOTÁ, D.C. ASCUN
 Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
 Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (2010). *Modelo Educativo Nicolaita*. México: Impresionarte S.A. de C.V.

Fuentes electrónicas

FC Y CS. ADVAS. UMSNH (2011). *Planes de Estudio*. México. Recuperado 1 de Julio de 2011, de: <http://www.fcca.umich.mx/planes.php>

SEGUIMIENTO DE EGRESADOS DE LA LICENCIATURA EN CONTADURÍA DEL CENTRO UNIVERSITARIO UAEM AMECAMECA

María Concepción Rodríguez Mercado	cony_rome@hotmail.com	Centro Universitario UAEM Amecameca
Esperanza Cotera Regalado	peracotera@hotmail.com	Centro Universitario UAEM Valle de Chalco
Anabelem Soberanes Martín	liabelsos@hotmail.com	Centro Universitario UAEM Valle de Chalco

RESUMEN

Este trabajo tiene la finalidad de conocer el estado que guardan los egresados del Centro Universitario UAEM Amecameca, específicamente del Licenciado en Contaduría (LCN), además de ofrecer la posibilidad de ir más allá de la experiencia descrita, basada en escritos formales como: El plan de estudios del programa educativo de la Licenciatura en Contaduría basado en competencias, el cuales se utilizó como fuente de consulta para fundamentar el tema; señala las formas de explicación de la realidad y otras formas de acción para transformar la realidad misma, menciona el estado actual en el que se encuentran los egresados de Contaduría . Y por último da a conocer quiénes son los egresados, dónde están, qué hacen, de dónde vienen, a qué se dedican, pero no se persigue la explicación de estas.

Palabras clave: egresados, estudio, seguimiento, empleadores,

Abstract: This work has the purpose of knowing the state that keeps the withdrawn ones from University Center UAEM Amecameca, specifically of the Lawyer in Accounting (LCN), besides offering the possibility of going beyond the described experience, formal writing cradle like: The curriculum of the educative program of the Degree in Accountant's office based on competitions, as was used as source of consultation to base the subject; it indicates the forms of explanation of the reality and other forms of action to transformer the same reality, it mentions the present state in which are the withdrawn ones of Accountant's office. And finally it presents who are the withdrawn ones, where they are, what they do, from where they come, to what is dedicated, but the explanation of these is not persecuted.

Key words: withdrawn, study, pursuit, employers,

ANTECEDENTES

En la actualidad las Instituciones de Educación Superior (IES), se encuentran interesadas en la búsqueda de instrumentos que les permita conocer las percepciones de los egresados, en cuanto a la formación recibida, el grado de satisfacción profesional, la incorporación al mercado laboral, así como la opinión de los empleadores para mejorar la calidad de aprendizaje, como parte de la instrumentación de procesos orientados a la evaluación de las IES, mismos que se centraron en los siguientes aspectos: 1) La obtención de información sobre la inserción laboral de los egresados en el mercado de trabajo y, 2) La opinión de los mismos sobre la formación académica recibida (Valenti, 2003).

Al respecto según Urióstegui (1996) las IES pioneras de estos estudios fueron: la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), la Universidad Iberoamericana (UI), el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores (ITEMS), entre otras, cabe destacar que la UANL ha mantenido un vínculo constante a través de estos estudios. Esta institución dio inicio al estudio de egresados al titularse, el progreso empleado para la recopilación de la información consiste en entrevistar a los egresados de las diferentes licenciaturas que acuden a tramitar su título. El objetivo es conocer las características socioeconómicas de los egresados, la situación laboral y las actividades desempeñadas.

Después de identificar la relevancia de los estudios de egresados las IES en conjunto con los responsables de la política educativa condujeron a la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) a que propusiera un modelo metodológico y conceptual para la realización de los estudios de seguimiento de egresados. El Consejo Nacional de la ANUIES acordó que el esquema básico fuera elaborado por un grupo interinstitucional, conformado por especialistas con amplia y reconocida trayectoria en la realización de este tipo de estudios, quienes en forma colectiva aportaron conocimientos y experiencias para elaborar dicho modelo, este esquema lo publicó el Consejo de Universidades Públicas e Instituciones en julio de 1998, para que pueda ser aplicado en las instituciones que no cuentan con un instrumento al respecto (ANUIES, 1998).

Diferencia entre estudio y seguimiento de egresados

Los Centros Educativos (CE) cuentan con una herramienta para obtener información confiable de sus egresados, para impulsar la mejora de la educación, planes y programas de estudio y apoyar a la toma de decisiones. Para poder diferenciar entre un estudio de egresados y un seguimiento de egresados, se considera para un estudio: La realización de investigaciones sobre los egresados en un momento en el tiempo y pueden ser hechas en un período específico y no repetirse, o bien esporádicamente. El seguimiento es a los egresados y entrevistarlos al menos en dos momentos posteriores al egreso. El Estudio de egresado es el procedimiento mediante el cual una institución busca conocer la actividad profesional que estos desarrollan, su campo de acción, su nivel de ingresos, las posibles desviaciones profesionales que han tenido así como sus causas, su ubicación en el mercado de trabajo y su formación académica posterior al egreso (ANUIES:26,168).

Los estudios de egresados han ayudado a diferentes IES a mejorar sus servicios y calidad en los planes y programas de estudio apoyado en el esquema básico para estudios de egresados en educación superior, que les ha favorecido al seguir o adecuar según su necesidad el estudio, entre ellas se encuentran: La Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ) en la Facultad de Contaduría y Administración que busca evaluar sus procesos internos a partir de la práctica profesional de los profesionistas que han formado. El buen desempeño de los egresados en su práctica profesional es el éxito de la Institución que los ha preparado, el posible fracaso de los mismos cuestiona y pone en crisis a la institución misma, por lo que la evaluación resulta necesaria y determinante dentro del proyecto de mejora continua y calidad constante (UAQ,1998).

De igual forma la Universidad de Guanajuato se ha preocupado por establecer vínculos con sus egresados y sus empleadores para lograr un espíritu de pertenencia y para detectar deficiencias de formación respectivamente, con esta información se pretende aumentar la satisfacción de los graduados, además de incrementar la inserción laboral (UAG,1999).

En este sentido la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM) ha implementado un sistema de seguimiento de egresados (SISE) en línea que se aplica en el momento en que los alumnos egresan y cada uno de ellos es el responsable de subir la información.

METODOLOGIA

Considerando que la metodología describe el procedimiento ordenado y sistemático con que se desarrolla una investigación, se utilizó el esquema básico propuesto por la ANUIES, instrumentado a partir de un grupo de investigadores con la finalidad de obtener información relevante que permita contar con un sistema de información y un perfil socioeconómico de los egresados de la Licenciatura en Contaduría, asimismo contar información sobre el desempeño profesional y la satisfacción de los empleadores.

El presente trabajo se realizó con la finalidad de conocer el estado que guardan los egresados del Centro Universitario UAEM Amecameca, específicamente del Licenciado en Contaduría (LCN). Esta investigación es de tipo descriptiva-explicativa, ofreciendo la posibilidad de ir más allá de la experiencia descrita, basada en escritos formales como: El plan de estudios del programa educativo de la Licenciatura en Contaduría basado en competencias, entre otros, los cuales se utilizaron como fuentes de consulta para fundamentar el tema.

El estudio descriptivo- explicativo señala las formas de explicación de la realidad y otras formas de acción para transformar la realidad misma. Se realizó el estudio para conocer el estado actual en el que se encuentran los egresados de Contaduría. Por último, es descriptivo por tratarse de un estudio que pretende dar a conocer quiénes son los egresados, dónde están, qué hacen, de dónde vienen, a qué se dedican, pero no se persigue la explicación de estas.

En primer lugar se solicitó información en control escolar sobre los egresados de la LCN para establecer el tamaño de la muestra; a la fecha han egresado diez generaciones desde el año de 2001 integradas como se muestran en la tabla 1.

Tabla 1. Integración de los egresados de la Licenciatura en Contaduría del Centro Universitario UAEM Amecameca

GENERACIÓN	EGRESO	OTRAS GENERACIONES	CAMBIOS DE PLANTEL	TOTAL DE EGRESO
1ª 1996-2001	37	0	1	38
2ª 1997-2002	17	5	2	24
3ª 1998-2003	22	10	0	32
4ª 1999-2004	26	5	0	31
5ª 2000-2005	24	4	0	28
6ª 2001-2006A	25	5	0	b
7ª 2002-2006B	30	1	0	31
8ª 2003-2007B	36	3	0	39
9ª 2004-2008B	22	0	0	22
10ª 2005-2009B	18	1	0	19
TOTAL	257	34	3	294

Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por el Departamento de Control Escolar del Centro Universitario UAEM Amecameca (2010).

Integración de la muestra

Inicialmente se había planteado que se trabajaría con el total de la población (294) sin embargo, debido a que la muestra tenía una variación mínima con el total de la población y tomando en consideración que se derivaron algunas limitantes en cuanto a tiempo, recursos materiales y humanos, fueron determinando la muestra final, así como la disposición de tiempo por parte de los egresados se obtuvieron los resultados que se presentan en la tabla 2.

Tabla 2. Integración de la muestra

Egresado que no contestaron la encuesta	11
Egresados que no se encontraron en su domicilio	11
Egresados que no quisieron recibir la encuesta	13
Egresados fallecidos	2
Total de egresados que no contestaron	37
Total de encuestados	183
Total de la muestra	220

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de los cuestionarios aplicados.

No se contaba con antecedentes que permitiera conocer el tamaño de aquellos egresados que no contestarían en la población de estudio, pero que está arriba del 20%, se sostiene que debe ir por el 100% de egresados con el propósito de que la muestra sea representativa y contenga validez externa, la población se presenta en la tabla 3.

Tabla 3. Población

Total de la población	294
Total de la muestra	220
Egresados no encuestados	74

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la información.

Así mismo, se aplicaron cuestionarios a los empleadores en donde se encuentran los egresados laborando, para conocer el punto de vista con respecto al desempeño de estos y el grado de satisfacción con su trabajo. Este instrumento de medición fue construido a partir de algunos estudios realizados por otras universidades como la de Sonora.

Una vez obtenida la información se procedió a su captura en el programa SPSS 14.0 y Excel 2003 de Microsoft Office, para el análisis de la misma, que permitió ofrecer información descriptiva de la muestra y hacer algunas inferencias sobre la población. Las principales descripciones permitieron conocer quiénes son los egresados, hombres, mujeres, edad, el estudio de sus padres, la opción en la que escogieron la escuela para estudiar; además servirá para describir cuántos están insertados en el espacio laboral de la profesión.

De igual forma se hizo lo propio con la información recopilada por parte la encuesta aplicada a los empleadores, que brindó información de las competencias que tienen los egresados y el grado de satisfacción que generan a los empleadores. Así se sabe cuál es el campo que se ha abordado a través de los ex-alumnos de Contaduría.

Díaz Barriga (2000) establece que la relación educación–empleo está determinada por las estructuras sociales y políticas, situada en espacios geográficos determinados, donde mercado local, e internacional se convierte en uno de los indicadores más importantes en la orientación de las demandas hacia la educación superior, en este sentido señala el autor que “el adecuado funcionamiento del sistema educativo se refleja en la preparación puntual de sus egresados, de acuerdo con las exigencias de cada puesto en el mercado de trabajo”.

Otro aspecto es la pertinencia de la educación superior que es un elemento imprescindible, para analizar la congruencia entre lo que la sociedad espera de las instituciones y los que hacen por ella, es decir, la relación entre la formación que ofrece la universidad con el sector productivo. Las IES a 100 años de formar Contadores en instituciones públicas y privadas, bajo una situación creciente en la impartición de esta profesión y bajo modelos educativos basados en competencias profesionales (flexibilidad e innovación académica) y además orientadas a lograr calidad educativa

RESULTADOS Y ANÁLISIS

A partir de los objetivos y la metodología plateada se puede señalar los siguientes resultados:

Primero, el Centro Universitario UAEM Amecameca inicia actividades el 17 de septiembre de 1986, siendo la primera Unidad Académica Profesional en el Valle de México, impartándose en un primer momento las Licenciaturas de Ciencias Políticas y Administración Pública, Letras Latinoamericanas, Médico Veterinario Zootecnista y Nutrición, posteriormente, en el año de 1996 se incorporan tres licenciaturas Contaduría, Administración y Derecho desde ese entonces a la fecha han transcurrido 14 años y han egresado 10 generaciones.

Datos generales

Se consideró que para el análisis de datos se tendría que partir de una descripción general de la muestra, el 39.4% son de género masculino y el 60.6% femenino, confirmando la tendencia nacional del mercado laboral de los contadores, cabe destacar que, este grupo fue el que peores condiciones laborales externo, en cuanto a salario, jornada laboral y seguridad social.

Las edades en que se ubican los egresados oscilan entre los 22 y 50 años, la edad promedio con mayor porcentaje es de 25 años con un 16.4%. El lugar de origen en su mayoría provienen de Estado de México con un 95.9%. El estado civil más frecuente fue soltero con un 69.6% siguiéndole con un 30.4% los que se encontraban casados.

La práctica profesional

Con respecto a esta variable se examinó la imagen del mercado laboral en donde se desenvuelven los egresados, considerando su inserción, características del puesto desempeñado, rango de sueldo, tiempo en titularse y formación en estudios de posgrado. En este contexto, la pregunta inicial fue si

se encontraban trabajando 85% contestó afirmativamente y el 15% no lo estaba debido a ser amas de casa o enfocándose a otros intereses.

El puesto que ocupan actualmente los egresados son: el 3.0% ocupan ya un puesto directivo a nivel gerencial, el 1.5% son dueños o socios de empresas, el 3.3% son profesionistas independientes, los que ocupan una gerencia de área son el 3.9%; el 45.8% ocupan mandos medios y el 42.5% restante son ayudantes dentro de las organizaciones en que se encuentran.

Al interrogarlos sobre el tamaño de la empresa en la que trabaja actualmente el 18% respondió que dentro de una microempresa, mismo que se repite en la pequeña y mediana empresa, el 46% restante se encuentra trabajando en una empresa grande. Por otra parte cuando se les cuestionó sobre el tipo de contratación que tienen respondieron el 19% que está contratado por tiempo determinado, el 0.5% por obra determinada, el 78% por tiempo determinado: y finalmente el 2.5% tiene otro tipo de contratación.

Encuesta de empleadores

En este punto se aplicaron encuestas a 21 empleadores, mismos que se encuentran en empresa privada y pública que representa el 80% de los encuestados, de las cuales 5 eran grandes, 6 medianas, 9 micro y pequeñas empresas. La actividad que desarrollan en su mayoría es industrial en sus diferentes modalidades, como extractivas, de transformación y de la construcción con un 67% de la muestra el resto se ubican en empresas agrícolas y de servicios.

La mayoría de los empresarios que contratan a los egresados los ubican en niveles jerárquicos medios, debido a que la mayoría de ellos tienen hasta 10 años de haber egresado, los menos son los que se sitúan en mandos superiores o en su caso como auxiliares, además de considerar otro tipo de nivel jerárquico como es el nivel staff. Gran parte de los patrones expresan que los egresados desempeñan funciones de acuerdo a su formación y perfil siendo una minoría los que sus funciones y el perfil tienen poca relación. Los principales requisitos que piden los empleadores a los candidatos con nivel de licenciatura es la personalidad que tiene que ver con la actitud, que tengan experiencia laboral y que estén titulados.

Además, se identificó que se cuenta con la preferencia hacia la Licenciatura en Contaduría por parte de los empresarios que contratan distintos profesionistas para suplir las necesidades de sus empresas con respecto a los servicios especializados, este es un punto a favor de los egresados.

Con relación a la experiencia los empleadores opinaron que la principal deficiencia es la falta de la misma antes de incursionar al mercado laboral, debido a que tienen que capacitarlos para que puedan cumplir con las funciones; cabe resaltar que, aunque no lo identificaron con la experiencia otros empresarios mencionaron la necesidad de que los universitarios manejen conocimientos orientados a lo práctico; de la misma manera otra parte de los empleadores identificó la poca pericia en el manejo de los conocimientos fiscales necesarios para cumplir con sus funciones.

La percepción que se tiene de los egresados con respecto a otras instituciones entorno a su formación es que se cuenta con la misma preparación que la mayoría de los universitarios y en alguno de los casos, un mejor nivel, un porcentaje muy reducido, piensa que están peor preparados y finalmente, la cuarta parte de los encuestados no respondió a este punto.

La gran parte de los empleadores prefiere reclutar a los contadores, utilizando la recepción de curriculum vitae, por medio de internet o en su caso utilizando las bolsas de trabajo, que no son necesariamente la que tiene la universidad. Además parte cabe destacar que en menor medida pero con frecuencia se utiliza agencias de empleos, recomendaciones de otros contadores y/o el conocimiento personal.

Las principales aptitudes de los egresados que percibieron los empleadores fueron la puntualidad y asistencia, así como la capacidad de negociación, la adaptación al cambio, los conocimientos en informática, la creatividad e innovación, la ortografía y redacción. En términos generales la puntuación se ubicó de regular a muy bueno y con una participación aceptable la excelencia en la aptitud, de manera escasa la ubicación mala por parte de nuestros egresados.

Por último, los patrones expresaron sus sugerencias para mejorar la formación de los egresados de la LCN, esto relacionado con sus necesidades y básicamente que se desarrollen prácticas profesionales en empresas durante su formación, así como experiencia previa, que se contemple la vinculación con las empresas, que se actualicen mediante la formación continua, que los conocimientos fiscales sea actualizados.

CONCLUSIONES

Los estudios de egresados no solo constituyen una referencia de la inserción en el mercado laboral o la posible satisfacción de los empleadores por sus servicios, son eficaces instrumentos, para poder llevar a cabo un diagnóstico de la realidad que vive la institución. Por medio de esta investigación, se crean importantes medidas para modificar los planes y programas de estudio que lleve a una pertinencia social.

Se debe considerar que las decisiones profesionales y educativas de los jóvenes (o de sus familias) tienen un peso fundamental en el funcionamiento del mercado laboral universitario, debido a que éstas determinaran a largo plazo la oferta de egresados de los diferentes programas de Licenciatura en un sistema económico. Dado que la educación universitaria dura varios años se pueden presentar desfases temporales entre la oferta de trabajo y las condiciones de la demanda de profesionales que limiten la inserción de los nuevos profesionistas.

El resultado del seguimiento de egresados permitió definir de manera más precisa el perfil socio demográfico del LCN egresado del Centro Universitario UAEM Amecameca, así como la percepción de los empleadores, a partir de un primer acercamiento.

En los resultados del seguimiento de egresados se encontraron que la mayoría de los egresados son del género femenino, así mismo que tiene buena inserción laboral misma que deriva de formación adecuada, además, de la innatas que ya contaban, debido a que es mayor el porcentaje de mujeres que están trabajando en comparación con el género masculino, en este tenor se puede identificar que la mayoría de las mujeres presentaron menor salarios e inestabilidad en el trabajo debido a la forma de contratación, además de que en algunos casos no se cuenta con el respaldo de la seguridad social.

Se resalta que en la mayoría de los casos no existe una identidad con la institución que permita tener una buena vinculación, esto debido a que fue complicado encuestar a algunos

elementos de la muestra, y en otras más no se permitió realizar la encuesta, dando como justificación los altos índices delictivos y no contar con la certeza de que los datos fueran usados de una manera que fuera a resultar desfavorecedora para los egresados, otros comentarios fueron entorno a que se pudiera comprometer la institución a tener un contacto a través de la oferta de cursos de actualización o programas de posgrado.

A pesar de que la mayoría de los egresados se encuentran trabajando dentro del área y el conocimiento recibido forma parte de esta respuesta dentro de los comentarios de la encuesta, se encontró la petición que se modifique la cantidad teórica y práctica de las unidades de aprendizaje, considerando que debe recalcar el enfoque que de las mismas para reorientarlas a la práctica.

Por otro lado, cabe destacar que se debe instrumentar la manera en que se aplique la flexibilización del plan de estudio mediante líneas de acentuación, que permitan al estudiante poder elegir entre las diferentes áreas de especialización posibles dentro de Contaduría.

En cuanto al perfil del LCN, se analizó cual era la correspondencia entre dicho perfil y las exigencias de los empleadores. Así mismo las necesidades que solicitan los empresarios para cubrir un puesto, dentro del tipo de empresa, el tamaño, las competencias solicitadas. Así como la satisfacción con respecto a las competencias adquiridas por los egresados; sin embargo, habría que considerar un replanteamiento acorde a las características de la zona económica en que se encuentra ubicado el Centro Universitario UAEM Amecameca.

Por último, los resultados servirán para promover la reflexión dentro del claustro académico de la Licenciatura, mismo que podría compartirse incluso con los estudiantes que apenas se encuentran en formación, para asegurar que se le dé el uso que se requiera según las necesidades de cada uno de los implicados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANUIES. (1998). Esquema Básico para Estudio de Egresados en Educación Superior. Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. 1998. Disponible en: http://www.anui.es.mx/servicios/p_anui.es/index2.php?clave=publicaciones/ [Acceso el 15 de mayo de 2010]

Díaz-Barriga, A. (2000). Empleadores de Universitarios. Un estudio de sus opiniones. CESU-UNAM, México, D.F.

Facultad de Estudios Superiores Iztacala UNAM. Estudio y Seguimiento de Egresados en la Facultad de Estudios Superiores Iztacala. Disponible en: <http://www.cife.unam.mx/Programa/D18/03CienciasSociales/Folio03FESI.pdf> [Acceso el 15 de Abril de 2010].

Pedroza, Flores René. (2007). Inserción laboral y trayectorias vitales del egresado de Psicología: competencias adquiridas y requeridas por el trabajo. Colección pensamiento universitario 5. UAEM.

Universidad Autónoma de Querétaro. Seguimiento de Egresados de La Facultad de Contaduría y Administración. Disponible en: http://fca.uaq.mx/files/servicios_egresados.htm [Acceso el 2 de junio de 2010]

Universidad de Guadalajara. Programa de Seguimiento a Egresados del Centro Universitario de las Ciencias Económicas Administrativas. Disponible en:
<<http://www.cucea.udg.mx/extension/egresados/mision.php>> [Acceso el 2 de junio de 2010]

Universidad de Guanajuato. Coordinación General de Seguimiento de Egresados. Disponible en:
<http://www.egresadosug.ugto.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=25&Itemid=65> [Acceso el 02 de junio de 2010]

Urióstegui Flores, A. (1995) **Seguimiento de egresados para la Licenciatura en geografía. Generación 1992, en la ciudad de Toluca.** *Papeles de Población*. Disponible en:
<<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=11200707>> [Acceso el 23 de mayo de 2010].

Valenti, G. y Varela, G. (2003) Diagnostico 1990-2000 La Educación Superior en México y en el Mundo. Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. Disponible en: <http://www.anuies.mx/e_proyectos/html/diagnostico.htm> [Acceso el 21 de mayo de 2010].

Valenti, G. y Varela, G. (2003). Diagnostico 1990-2000 La Educación Superior en México y en el Mundo. Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. Noviembre. Recuperado el 15 de mayo de 2010 en: <http://www.anuies.mx/e_proyectos/html/diagnostico.htm>

Valenti, G. y Varela, G. (2009). Diagnóstico sobre el estado actual de los Estudios de Egresados. Serie Documentos. ANUIES, México.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS CUANTITATIVOS: SU VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

Dr. Francisco José Villazán Olivarez fvillazan@hotmail.com

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

M en A. Pedro Campos Delgado pcamposd@hotmail.com

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

M en F. Natalia Villazán Morales natovillazan@hotmail.com

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

RESUMEN

El proceso de investigación, lleva en sí métodos, técnicas y procedimientos cuyo tratamiento no puede ser igual para el análisis de datos cuantitativos como para datos cualitativos. El objetivo general es elaborar una guía práctica sobre las técnicas e instrumentos de recolección y tratamiento de datos en la investigación Cuantitativa, así como la validación y confiabilidad según el tipo de técnica e instrumento utilizado.

Es una investigación Documental donde se intentó encontrar una gran diversidad de aportes teóricos, conceptuales y explicativos de hechos y fenómenos determinados de reconocidos autores así como de la Web de acuerdo al tema planteado y al tipo de investigación, se tomó como técnicas de recolección de datos el fichaje y el análisis crítico de los documentos, seleccionándose aquellos que estuvieran estrechamente relacionados con la temática.

Como conclusión si no se conoce la confiabilidad y la validez de los datos que se tienen, se tendrá poca fe en los resultados obtenidos y a las conclusiones derivadas de ellos técnicas e instrumentos de recolección y tratamiento de datos cuantitativos

Palabras clave: *Métodos, Técnicas, Investigación documental, Confiabilidad, Validez*

ABSTRACT

The process of research, carries methods, techniques and procedures whose treatment cannot be equal for the analysis of quantitative data and qualitative data. The overall objective is to develop a practical guide to the techniques and instruments of collection and processing of data in quantitative research, as well as the validation and reliability depending on the type of technique.

It is an investigation documentary where attempts were made to find a wide variety of theoretical, conceptual and explanatory contributions of facts and certain phenomena recognized authors as well as the Web according to the issue raised and to the type of research, was taken as data collection techniques the signing and the critical analysis of the documents.

Conclusion if don't know the reliability and validity of the data, shall be little faith in the results obtained and the conclusions derived from them techniques and instruments for collection and processing of quantitative data

Keywords: *Methods, Techniques, Documentary research, Reliability and Validity*

INTRODUCCIÓN. El presente trabajo de investigación, es fuente de un conjunto de información que fue recopilada, seleccionada y analizada críticamente, permitiendo ahondar un poco más en el aspecto práctico del área de la enseñanza de la metodología, ya que persigue como objetivo general elaborar una revisión documental sobre las técnicas e instrumentos de recolección y tratamiento de datos en la investigación Cuantitativa.

SITUACIÓN PROBLEMÁTICA. Para la elaboración del trabajo de Tesis o de Tesina, nivel licenciatura o Maestría, los alumnos han utilizado las técnicas e instrumentos de recolección de datos, así como la validez y confiabilidad de los mismos de una manera arbitraria e incluso validan los instrumentos después de ser aplicados a toda la muestra o población, se ha dado el caso de que mencionan en el capítulo referido a la metodología que se trabajó con la técnica del cuestionario cuando en realidad se trata de un instrumento, pues la técnica es la encuesta, y por supuesto no indican la modalidad de la respuesta, no tienen claro las características y procedimientos para realizarlo y aplicarlo, así como tampoco las diferencias y procedimientos entre los distintos instrumentos de recolección de datos. Ante la insondable ingenuidad que actualmente tienen nuestros alumnos, se plantea la siguiente interrogante:

¿Cuáles son las técnicas e instrumentos de recolección de datos usados en la investigación cuantitativa? y ¿Cómo se realiza la validez y confiabilidad de los mismos, según la naturaleza de la investigación?

El interés por llevar a cabo esta investigación, nace ante la reiterada petición y solicitud de algunos alumnos de la Facultad de Contadurías y Ciencias Administrativas, para la realización de la validación y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos, por lo tanto se considera necesario hacer una guía de estudio para estos alumnos y todas aquellas personas que se encuentren interesadas en el proceso de investigación.

OBJETIVOS

General: Elaborar una revisión documental sobre las técnicas e instrumentos de recolección y tratamiento de datos en la investigación Cuantitativa.

Específicos:

- Identificar las técnicas e instrumentos de recolección y tratamiento de datos, así como la validez y confiabilidad de los mismos.
- Describir el proceso de construcción de los instrumentos de recolección y tratamiento de datos
- Determinar los procesos de validación y confiabilidad de los instrumentos tanto de recolección como de tratamiento de los datos.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. Investigar, en el más amplio sentido de la palabra, consiste en hacer diligencias para descubrir una cosa. Significa averiguar la verdad sobre un hecho o sobre una serie de elementos, con el propósito de descubrir algo que se ignora total o parcialmente.

En razón de esto Alfonso, I. (1995:23) señala que “cuando se habla de investigación, se piensa de inmediato en una acción o conjunto de acciones en las que verbos como interrogar, descubrir, indagar, averiguar, etc., juegan un papel importante de sinónimos”, lo cual permite un fácil uso e

interpretación de la palabra, y demuestra que la investigación por sí sola constituye un método para descubrir la verdad.

Para Tamayo, M y Tamayo (1998:45) “la investigación es un proceso que, mediante la aplicación de un método científico, procura obtener información relevante y fidedigna, para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento”. Lo que quiere decir, que para cualquier investigación es de gran trascendencia e importancia, que los hechos y relaciones que establece, los resultados obtenidos o nuevos conocimientos, tengan un grado de exactitud y confiabilidad.

La metodología por su parte, viene a ser el procedimiento que permite así lograr de una manera precisa el objetivo de la investigación, determinando así, los métodos y las técnicas para realizarlo o llevarlo a cabo. Por tal motivo, la investigación científica planea una metodología o procedimiento ordenado que se debe seguir para establecer lo realmente significativo de los hechos y fenómenos hacia los cuales está encaminada el interés de la misma.

NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN. El desarrollo de la temática, está enmarcada bajo la modalidad de una investigación documental, en este sentido Delgado, Y.; Colombo, L. y Orfila, R. (2003:39) la conciben “como aquella dedicada a la búsqueda intencional de datos de información de tipo cualitativo y cuantitativo”, lo cual permite ampliar y profundizar en los aspectos que definen el tema planteado, ya que esta combinación de datos, descubre el sentido y significado de las acciones y fenómenos sociales susceptibles de cuantificación. Así mismo, señalan que el propósito de la investigación documental “es encontrar la gran diversidad de aportes teóricos, conceptuales y explicativos de hechos y fenómenos determinados”. Esto quiere decir, que el diseño documental trata de recopilar principalmente aquellos datos que se acerquen a la temática u objeto de estudio planteado.

ESTRATEGIA METODOLÓGICA. Todo trabajo de investigación, tiene como punto de partida la búsqueda de los datos con base en los cuales se estructura todo el trabajo. Respecto a esta investigación de tipo documental, el punto de partida fue la revisión bibliográfica, por cuanto las consultas de las fuentes estuvieron remitidas a las informaciones contenidas en bibliotecas, autores, obras, escritos, etc., que hacían referencia a la temática planteada en el objeto de estudio. Para el logro de los objetivos planteados, la concentración estuvo dirigida básicamente al estudio de documentos impresos, para lo cual se siguió un método específico, de acuerdo a este tipo de investigación, que enmarcó lo siguiente:

- La elaboración de un plan de trabajo, que comprendió en primer lugar, la selección de la temática y el planteamiento de problema, ya que con estos elementos identificados, pueden establecerse el conjunto de objetivos que se desean alcanzar durante el período determinado, lo cual permite trabajar de manera ordenada y siguiendo una metodología.

- La recolección de la información; que permitió descubrir e indagar elementos claves del conocimiento de la temática, y algunos elementos ya conocidos, para luego establecer posteriormente, las relaciones entre unos y otros. Así mismo se hizo una revisión exhaustiva en la web, de modo de identificar trabajos realizados por diversos autores relacionados con la temática y con los casos prácticos presentados. Luego de esto, la investigación siguió un procedimiento constituido por:

- a.- la clasificación de dichos documentos, para constatar si realmente tocan el tema en cuestión.

b.- la determinación e interpretación de la información ya seleccionada en el primer paso; de la cual se extrajo la información necesaria para la sustentación teórica del estudio. Es importante resaltar en este punto, que para la mejor comprensión a la hora de interpretar y describir la situación problemática, se usaron las fichas de trabajo como principal técnica para desarrollar y llevar a cabo el propósito de la investigación.

c.- Descripción de la problemática planteada; para de alguna manera dar respuesta a los objetivos planteados.

d.- Análisis formal de la investigación; la cual estuvo basada en el aspecto práctico de esta investigación, seleccionando los ejemplos más didácticos para el entendimiento de la temática.

Puede decirse entonces, que la investigación se llevó a cabo a través de una serie de actividades intelectuales y prácticas que permitieron ofrecer características específicas y conclusiones propias sobre el objeto de estudio.

RAICES DEL ENFOQUE CUANTITATIVO- TEORÍA POSITIVISTA. En las ciencias tanto naturales como sociales existe una creciente tendencia hacia la necesidad de dominar y entender los conceptos básicos de la investigación.

Según Palella y Martins (2003), “la investigación cuantitativa se conoce como aquella según la cual se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables cuantificadas y procura determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los productos obtenidos del manejo de una muestra con el fin de inferir resultados aplicados a toda la población de la cual procede esa muestra”.

Positivismo. Doctrina iniciada por Auguste Comte (francés) en el siglo XIX. Al respecto Marín Maglio, Federico (1998), Identifica 3 fases en la historia intelectual de la humanidad que fueron cambiando a medida que adquiría mayores conocimientos científicos.

1. Teológica: Da explicaciones simples de los fenómenos naturales como la lluvia, el trueno, la fertilidad o el viento creando dioses para explicarlos (Dios de la lluvia, Dios del trueno, etc.).

2. Metafísica: Todo lo que ocurre se debe a fuerzas naturales o esencias y se realizan ritos para que pase tal o cual cosa (danza de la lluvia, sacrificio de un animal, ritos religiosos, etc.) llamando así la atención de los dioses. Busca respuesta al cómo suceden las cosas.

3. Positiva: El nombre positivo deriva de lo que el ser humano hace y crea, no es Dios. Es cuando llega a una estructura científica de la mente buscando las causas de los fenómenos con la razón a través de la experimentación, la observación y la experiencia para descubrir las leyes científicas que regulan sus relaciones. Busca respuesta al por qué suceden las cosas. La razón es considerada como la única fuente de conocimiento de la realidad y ésta se expresa en el conocimiento científico. Con la razón y las ciencias es posible el progreso indefinido de la sociedad pero, para que se produzca, debe existir el orden social. Para ello es necesario evitar todo tipo de conflictos sociales.

LA VALIDEZ Y CONFIABILIDAD CONCEPTOS Y TÉCNICAS. Por más simple que sea la investigación o por más primitiva que la medición sea, no es posible investigar sin hacer mediciones.

En sentido amplio, la medición es un procedimiento por el cual se le asigna una determinada categoría o valor a una variable, y para un determinado sujeto, muestra o población. Cuando por ejemplo a Mario (sujeto) se le asigna el valor 1.78 metros para la variable “estatura”, se ha hecho una medición. También se hace una medición cuando a Pedro se le asigna la categoría “soltero” para la variable “estado civil”, lo cual muestra que se está tomando la idea de medición en sentido amplio, ya que no sólo abarca mediciones cuantitativas (1.78 metros) sino también cualitativas (soltero).

Esta ampliación del concepto se hace especialmente importante en las ciencias sociales porque en este ámbito se manejan mayor cantidad de variables cualitativas que en ciencias como la física o la química, donde prevalecen las variables cuantitativas y de donde se ha sacado la creencia de que sólo se puede medir con reglas, balanzas y decibelímetros.

Las mediciones individuales recaen sobre sujetos, mientras que las mediciones estadísticas recaen sobre muestras o poblaciones. Levin, R y otros (1998). Para llevar a cabo una medición, se necesita obligatoriamente tres cosas:

2.1 Un instrumento de medición,

2.2 Un sistema de medición (o escala), ya que hay diferentes grados de precisión en la medición, y

2.3 Un procedimiento para hacer la medición.

INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN. Un instrumento de medida es un artificio usado para medir. Una balanza es un instrumento para medir peso, un test mide personalidad, inteligencia, aptitud vocacional, etc., un cuestionario mide conocimientos, etc., pero sea cual fuere el instrumento utilizado, para que sea eficaz debe reunir dos requisitos: confiabilidad y validez.

Por ejemplo: Si la misma balanza hoy le informa que pesó 70 Kg., mañana 80 Kg. y pasado 63 Kg., es un instrumento poco confiable. Un test puede también ser poco confiable si, respecto del mismo sujeto, arroja resultados dispares en diferentes momentos de administración.

Confiabilidad significa, entonces, estabilidad o constancia de los resultados. Esta constancia no es nunca perfecta.

El hecho de que puedan existir ligeras variaciones debidas al azar no compromete la confiabilidad del instrumento de medida, siempre que esas variaciones sean poco significativas.

También debemos tener en cuenta los cambios propios del sujeto cuya propiedad medimos. Si el sujeto aumenta de peso o mejora su rendimiento intelectual por un efecto madurativo habrá una variabilidad en los resultados, lo cual no implica necesariamente que el instrumento no sea confiable.

Por ejemplo si el instrumento tiene una consigna de aplicación ambigua, podrá ser aplicado de manera distinta antes y después, y los resultados podrán ser diferentes.

Un test o cualquier otro instrumento puede ser confiable pero no válido: es válido cuando mide lo que efectivamente pretende medir, lo cual puede parecer una grosería pero que no es tal si se dan cuenta de los casos de instrumentos que quieren medir una propiedad y miden otra. Si con un determinado test se pretende medir motivación pero sólo se mide ansiedad, no es válido. Toda medición o instrumento de recolección de datos debe reunir dos requisitos esenciales; validez y confiabilidad.

LA VALIDEZ se refiere al grado en que un instrumento mide la variable que pretende medir. Palella y Martins (2003:146), la definen como la ausencia de sesgos.

Representa la relación entre lo que se mide y aquello que realmente se quiere medir. Por ejemplo, un test de inteligencia no será válido, si lo que mide es realmente memoria y no inteligencia. Ciertas variables como el sexo, la nacionalidad, son muy fáciles de observar o de preguntar y obtener una respuesta válida. Pero cuando se trata de diversas variables que se trabajan en ciencias sociales como motivaciones, actitudes, sentimientos, emociones, etc., la validez de un instrumento que pretenda medirlas se torna más compleja, y por lo tanto, cabe preguntarse si ¿realmente el instrumento estará midiendo lo que pretende medir?

LA CONFIABILIDAD de un instrumento de medición se refiere al grado de precisión o exactitud de la medida, en el sentido de que si se aplica repetidamente el instrumento al mismo sujeto u objeto produce iguales resultados. Es el caso de un balanza o de un termómetro, los cuales serán confiables si al pesarnos o medirnos la temperatura en dos ocasiones seguidas, obtenemos los mismos datos. Hernández Sampieri y otros (1998) señala “que la validez es un concepto del cual pueden tenerse diferentes tipos de Evidencias:

1. Evidencia relacionada con el contenido. **LA VALIDEZ DE CONTENIDO** se refiere al grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide.
2. Evidencia relacionada con el criterio. **LA VALIDEZ DE CRITERIO** implica que la medición del instrumento se ajusta o sirve a un criterio externo. Si el criterio se ajusta al futuro se habla de validez predictiva. Si el criterio se fija en el presente se habla de validez concurrente.
3. Evidencia relacionada con el constructo. **LA VALIDEZ DE CONSTRUCTO** es probablemente la más importante, sobre todo desde la perspectiva científica, ya que se refiere al grado en que una medición aportada por un instrumento relaciona consistentemente con otras mediciones que han surgido de hipótesis y construcción de teorías antecedentes.

En resumen, mientras mejor sustentado se encuentre el marco teórico en relación a los objetivos trazados en la investigación y que den respuesta a una situación problemática planteada, mayor será la validez del instrumento recolección de datos.

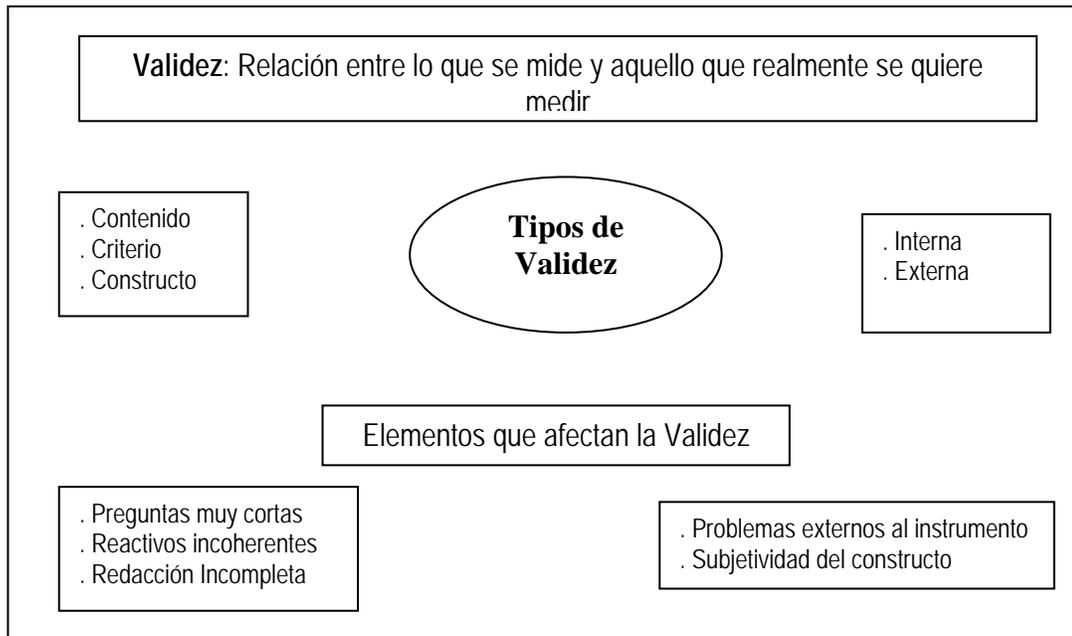
VALIDEZ EXTERNA. Proviene de los resultados obtenidos de un estudio que pueden ser generalizados, aplicándolos a un grupo más amplio que el de la muestra usada. Involucra el control de variables y la selección de procedimientos que garantizan el trabajo.

VALIDEZ INTERNA. Es la medida en que el diseño de un estudio proporciona control y, por lo tanto, confianza en la interpretación de los resultados.

En síntesis un instrumento de recolección de datos debe tener una validez total enmarcado dentro de una validez interna y externa:

$$\text{VALIDEZ TOTAL} = \begin{array}{|l} \text{Validez de Contenido} \\ + \text{Validez de Criterio} \\ + \text{Validez de Constructo} \end{array}$$

Cuadro No. 1 Criterios aplicables para establecer la validez de un instrumento.



Fuente: Palella y Martins 2003.

CONCEPTO DE CONFIABILIDAD. Algunos sinónimos de confiabilidad son: seguridad, consistencia, repetibilidad, confianza. A continuación se pueden considerar diversos enfoques a fin de precisar la noción de confiabilidad:

- 1- Los resultados obtenidos con un instrumento de medición en una determinada ocasión, bajo ciertas condiciones, deben ser reproducibles.
- 2- Otro camino para pensar la confiabilidad es investigar qué cantidad de error existe en un instrumento.
- 3- Cabe destacar además que el procedimiento estadístico por el cual se establece la confiabilidad es el método de correlación, el cuál puede ser definido como el grado de relación o concomitancia entre dos o más variables, cuyo promedio que se obtiene se denomina coeficiente de confiabilidad, que al ser interpretado nos dará una pauta del grado de confianza a tener en la prueba.
- 4- Por último está probado que la confiabilidad de los puntajes de un test es una función del número de ítems que componen el test. A medida que agreguemos más ítems a la técnica gradualmente nos iremos acercando al puntaje verdadero.

La teoría de la confiabilidad se basa en una suposición presentada por Spearman (1910): el puntaje obtenido por un individuo puede considerarse que está formado por dos componentes: un puntaje verdadero (porción constante) y un puntaje error (error típico de medida, que representa el grado o magnitud de la sensibilidad a las influencias).

Esta descomposición, dice el autor textualmente “nos lleva a plantear a la confiabilidad como la proporción entre la varianza verdadera y la varianza total”. (Obra Citada)

FACTORES QUE INCIDEN EN LA MAGNITUD DEL COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD.

Los coeficientes de confiabilidad tienden a aumentar cuando:

- La muestra es heterogénea: es más fácil clasificar a los sujetos cuando son distintos.
- La muestra es grande: es más probable que haya sujetos muy distintos.
- Las respuestas a los ítems son más de dos: mayor probabilidad de que las respuestas difieran mas, de que se manifiesten las diferencias que de hecho existen.
- Cuando los ítems son muchos: hay más oportunidad de que los sujetos queden más diferenciados en la puntuación total.

Si se quiere aumentar la confiabilidad del test se puede aumentar el número de ítems siempre que sean buenos y relacionados. Pero la relación longitud - confiabilidad no es lineal (porque sino seria infinita), la relación que hay entre ambas, muestra un efecto techo.

COMO SE CONSTRUYEN LOS INSTRUMENTOS. Uno de los aspectos más importantes de una investigación tiene que ver con los instrumentos que se utilizan para la recolección de los datos o formación necesaria.

Lamentablemente son muy pocas las instituciones que disponen del tiempo necesario para abarcar tan importante tema. Lo ideal sería que se ofreciera un curso no conducente de medición, especialmente dedicado al tema de la elaboración o selección de instrumentos; pues son los medios que usa el investigador para recolectar los datos o información necesaria.

A continuación se presenta el cuadro N° 2 donde se clasifican las técnicas e instrumentos más usados por los investigadores.

Cuadro No. 2. Clasificación de las técnicas y los instrumentos

Técnica	Observación Entrevista	Instrumentos	Cuestionarios Test Registro Anecdótico Lista control Escalas Valorativas Escalas de Actitudes
---------	---------------------------	--------------	--

Fuente: Argüello y Llobregat (2000)

Cuadro N° 3. Clasificación de las Técnicas Cuantitativas y Cualitativas

Técnicas Cuantitativas	Técnicas Cualitativas
1. Observación estructurada	1. Técnicas de Observación
2. Entrevista Estructurada	1.1. Observación no sistemática
2.1. Encuestas	1.2. Observación etnográfica/abierta
2.2. Test´s	1.3. Observación participante
3. Escalas	1.4. Observación de aspectos relevantes o persistentes
3.1. Diferencial Semántico	2. Entrevistas

3.2. Likert 3.3. Guttman 3.4. Thurston 4. Análisis de Contenido 5. Estudios Sociométricos 6. Técnica Delphi	2.1. Entrevista no estructurada o abierta, (o informal, no dirigida) 2.2. Entrevista semiestructurada 2.3. Entrevista focalizada en un tema 2.4. Entrevista etnográfica 2.5. Entrevista grupal o en profundidad 2.6. Seminario de diagnóstico 3. Estudios históricos 3.1. Historias de vida 3.2. Historia de comunidades 3.3. Estudios de casos 4. Simulación y juegos / Sociodrama 5. Video participativo
Otras Técnicas 1. Recopilación documental (La materia prima de todo Marco Teórico) Técnicas Mixtas 1. Triangulación (Varias técnicas sobre un mismo tema) 2. Investigación Acción 3. Investigación participativa	

Fuente: Ballestrini M. (1988)

A Continuación se presenta, el procedimiento práctico a seguir en el cálculo de los coeficientes de Confiabilidad más usados en la investigación cuantitativa.

CÁLCULO DEL ALPHA DE CRONBACH. Este coeficiente mide la consistencia interna en pruebas cuyo modo de respuesta sea de tipo escalar, y determina la proporción en que los ítems de una prueba miden una misma característica común. Su función es asegurar la consistencia interna.

Procedimiento: se administra la prueba a una muestra piloto, codificando las modalidades de respuestas (1-2-3 etc.) y a los resultados se le aplica la fórmula del coeficiente, si el resultado es mayor o igual a 0,60 se dice que es confiable ya que las respuestas suministradas por las personas tienen un patrón homogéneo. Una vez hecho esto se le aplica la prueba o instrumento al resto de la muestra de estudio o población según sea el caso

Fórmula:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \times 1 - \frac{\sum S^2}{S^2_t}$$

Dónde:

K = Número de ítems

S^2 = Sumatoria de la Varianza individual de los ítems

S^2_t = Varianza Total de toda la Escala.

Este coeficiente, puede calcularse a través de Excel, pero también haciendo uso del Programa Estadístico para las Ciencias Sociales conocido como SPSS.

CÁLCULO DEL KUDER-RICHARDSON (K_{20}). Puede tomarse como una modalidad del coeficiente Alpha de Cronbach, pero su diferencia está en que trabaja en pruebas de dos alternativas o dicotómicas. Consiste en dividir los reactivos o respuestas en correctas e incorrectas. Su finalidad

es determinar que los ítems de una prueba midan una misma característica común. Asegurar consistencia interna.

Procedimiento: se administra la prueba a una muestra piloto, codificando las modalidades de respuestas (1 y 2 ó 0 y 1) y a los resultados se le aplica la fórmula del coeficiente, si el resultado es mayor o igual a 0,60 se dice que es confiable y homogéneo el instrumento o prueba. Una vez hecho esto se le aplica la prueba o instrumento al resto de la muestra de estudio o población según sea el caso.

Fórmula:

$$K_{20} = \frac{K}{K-1} \times \frac{Sx^2 - \sum(P_1 \times Q_1)}{Sx^2}$$

Dónde:

K = Número de ítems

Sx^2 = Varianza de los resultados totales

P_1 = Proporción de individuos que aciertan el reactivo (éxito)

Q_1 = Proporción de individuos que fallan el reactivo (fracaso)

CÁLCULO DE LA MEDIDA DE ESTABILIDAD. (CONFIABILIDAD POR TEST-RETEST): Con esta técnica se miden características que no varían mucho en el tiempo. Su finalidad es asegurar la estabilidad, eliminar la posible fluctuación de los resultados en las diferentes aplicaciones del instrumento.

La prueba puede estar elaborada con preguntas abiertas y cerradas. En las abiertas se mide el porcentaje de coincidencia entre los ítems y en las cerradas sean estas dicotómicas o de tipo escalar, se obtiene un promedio de respuesta por ítems.

Procedimiento: Se aplica la misma prueba en dos ocasiones diferentes (A1 y A2) a los mismos sujetos con un intervalo prudencial (muestra piloto). Luego se correlacionan los resultados con la ecuación producto-momento de Carl Pearson

Fórmula:

$$r_{AB} = \frac{\sum d_A \times d_B}{n \times S_A \times S_B}$$

d_A = Desvíos de los resultados de la 1era. Aplicación y su media aritmética

d_B = Desvíos de los resultados de la 2da. Aplicación y su media aritmética

n = Número de ítems

S_A = Desviación Estándar de la 1era. Aplicación "A"

S_B = Desviación Estándar de la 2da. Aplicación "B"

CÁLCULO DEL MÉTODO DE MITADES DIVIDIDAS. Con esta técnica se mide la consistencia interna de los ítems, es decir determinar que tanto los ítems de una prueba miden una

misma característica común. Al igual que en el Test – retest este tipo de pruebas puede aplicarse en instrumentos de modos de respuestas dicotómicas y escalares.

Procedimiento: Se administra la prueba una sola vez a la muestra piloto, corregir las dos mitades por separado, lo habitual es dividir el test en ítems pares e impares, pero puede dividirse en dos mitades cualesquiera, teniendo ambas el mismo número de ítems prudencial. Luego se correlacionan los resultados con la ecuación de Spearman –Brown.

Fórmula de Spearman –Brown:

$$r = \frac{2 r_{pi}}{1 + r_{pi}}$$

Siendo r_{pi} = coeficiente de correlación entre puntuaciones totales pares e impares.

$$r_{pi} = \frac{\sum d_p \times d_i}{n \times S_p \times S_i}$$

Dónde:

d_p = Desvíos de los resultados pares y su media aritmética

d_i = Desvíos de los resultados impares y su media aritmética

n = Número de ítems

S_p = Desviación Estándar de los ítems pares

S_i = Desviación Estándar de los ítems impares

MEDIDAS PARALELAS O FORMAS EQUIVALENTES DE MEDIR. En este procedimiento no se aplica el mismo instrumento de medición, sino dos o más versiones equivalentes de éste. Las versiones deben ser similares en contenido, instrucciones, duración, etc. Puede aplicarse de igual modo a preguntas abiertas y cerradas.

Procedimiento: Se administra 2 o más modalidades de pruebas en una misma muestra piloto. Luego se correlacionan los resultados con la ecuación de Spearman –Brown y el instrumento es confiable si la correlación resultante de las dos o más pruebas administradas es significativamente positiva.

Fórmula:

$$r_{AB} = \frac{\sum d_A * d_B}{n * (S_A)(S_B)}$$

Dónde:

d_A = Desvíos de los resultados de la 1era. Prueba y su media aritmética

d_B = Desvíos de los resultados de la 2da. Prueba y su media aritmética

n = Número de ítems

S_A = Desviación Estándar de la 1era. Prueba “A”

S_B = Desviación Estándar de la 2da. Prueba “B”

CONCLUSIONES

.- Luego de una revisión y compilación bibliográfica, como también de la Web, sobre de las Técnicas e Instrumentos de Recolección y Tratamiento de Datos Cuantitativos así como de la Validez y Confiabilidad, se precisan las siguientes conclusiones del tema:

.- El desarrollo de las Ciencias Sociales en general, han hecho que se apliquen diferentes paradigmas metodológicos en función del contenido de estudio o en función del momento histórico. En la actualidad, en esta área de conocimiento coexisten diferentes posturas metodológicas, dependiendo fundamentalmente del nivel de desarrollo y de la temática investigada.

.- Las técnicas y los instrumentos deben cumplir ciertas condiciones mínimas de calidad para garantizar que los resultados que ellos proporcionan sean reflejos certeros de una realidad existente. Estas condiciones de calidad son: Validez y Confiabilidad, sin olvidar la funcionalidad.

.- La validez representa el grado en que un instrumento de medición mide realmente las variables que pretende medir en: contenido, criterio y constructo.

.- La confiabilidad se refiere al grado en que la aplicación repetida de un instrumento de medición al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados.

.- La funcionabilidad describe la factibilidad de la aplicación del instrumento, en términos de tiempo, recursos, etc.

.- Uno de los aspectos más importantes de una investigación tiene que ver con los instrumentos que se utilizan para la recolección de los datos o información necesaria.

.- La Confiabilidad no supone validez. Un instrumento de medición puede ser confiable pero no válido, puede medir consistentemente un aspecto más no medir lo que pretende medir el investigador. Por ello es requisito que un instrumento de medición demuestre ser confiable y válido.

.- Los factores que afectan principalmente a la validez son: improvisación, utilizar instrumentos desarrollados en el extranjero y que no han sido validados en nuestro contexto, poca o nula empatía, factores de aplicación.

.- Los factores que inciden sobre la confiabilidad son: la muestra es homogénea, muestra pequeñas, cuando los ítems son pocos.

.- Los procedimientos más utilizados para medir confiabilidad son: Medida de estabilidad (confiabilidad por test-retest); Medidas paralelas o formas equivalentes de medir; Método de mitades divididas; Cotejo entre observadores; Coeficiente Alpha de Cronbach; Coeficiente de Kuder – Richardson; Coeficiente KAPPA.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- ANDER –EGG, E. (1983). *Técnicas de Investigación Social*. Madrid: Humanitas, 21ª. Edición
- ARY, D, JACOBS, L.CH, RAZAVIEH, A. (1989) *Introducción a la Investigación Pedagógica*. México: Mc Graw Hill. 2ª. Edición
- ASTI V, A. (1968) *Metodología de la Investigación*. Buenos Aires: Kapelusz editores
- BRIONES. G. (1996) *Métodos y Técnicas de Investigación para las Ciencias Sociales*. México: Trillas, 4ª. Edición
- BUGEDA, J. (1970). *Manual de técnicas de investigación social*. Madrid. IEP. Citado por Fernández -Ríos, Manuel (1999).
- BUNGE, M. (1975). *La Investigación Científica*. Barcelona: Editorial Ariel.
- CAZARES, L. y Otros. (1985) *Técnicas actuales de investigación documental*. 5ta Edición Editorial Trillas S.A. México DF.
- DOTSON, I y SUMMERS G.F. (1976). *Cómo elaborar escalas técnicas de Guttman*. En GF Summers, *Medición de Actitudes*. México. Trillas.
- ECO, U. (1992) *Cómo se hace una Tesis*. México: Editorial Gedisa
- HERNANDEZ R., FERNANDEZ, C, BAPTISTA, P. (2001) *Metodología de la Investigación*. : Mc Graw Hill. México
- KERLINGER, F.N. (1988) *Investigación del Comportamiento*. México: Mc Graw Hill, 3ª. Edición
- LEVIN, Richard I. y RUBIN, David S. (1996). *Estadística para Administradores*. 6ta Edición. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A. México
- PADUA, J. (1979). *Técnicas de investigación aplicadas a las Ciencias Sociales*. México FCE. Citado por Fernández -Ríos, Manuel (1999).
- TAMAYO y TAMAYO, MARIO (1995). *El proceso de la Investigación Científica*. (Primera reimpresión de la Tercera edición). México: Editorial Limusa.

LA RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN EN EDUCACIÓN EN TIEMPOS DE CRISIS.

Fernando Avila Carreón favila_68@yahoo.com.mx
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Dora Aguilasocho Montoya
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Fátima Karina Medina González (alumna).

Resumen:

En este trabajo se hace uso de un modelo econométrico que sirve para medir la rentabilidad que se deriva de la inversión en capital humano, y dos pequeñas variantes del mismo, propuestas propias. En el presente trabajo se presentan resultados del modelo de Mincer para México, la base de datos que se utilizó es la ENIGH (Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en los Hogares) para los años 1998, 2006 y 2010. Los índices de rentabilidad sociales y particulares de la educación superior en 2010 presentan consistencia, pues en los tres modelos resultaron ser los más altos. Estos resultados nos llevan a seguir firmes con la propuesta de incrementar la inversión en educación superior en México con el fin de ser competitivos.

Palabras clave: capital humano, inversión, rentabilidad, eficiente, competitivo.

Abstract

This paper uses an econometric model that measures the profitability that results from investment in human capital, and two smaller variants of the same, own proposals.

This paper presents results of the Mincer model for Mexico, the database is used ENIGH (National Household Income and Household Expenditure) for the years 1998, 2006 and 2010.

The social rates of return and private higher education in 2010 have consistency, because in all three models were found to be the highest. These results lead us to stand firm with the proposal to increase investment in higher education in Mexico to be competitive.

Key words: human capital, investment, profitability, efficient, competitive.

INTRODUCCIÓN

En la última década del siglo veinte y el inicio del presente, el debate sobre el futuro de la educación superior ha estado presente en todo el mundo. Voces autorizadas en todos los países coinciden en señalar la importancia estratégica de la educación como medio fundamental para generar el desarrollo sostenible de las sociedades.

El valor estratégico del conocimiento y de la información para las sociedades contemporáneas, refuerza el rol que desempeñan las instituciones de educación superior. En la sociedad del

conocimiento, la educación se concibe como un proceso integral sin limitaciones temporales de edad, de nivel o de establecimiento escolar.

El proceso de globalización económica, la interdependencia mundial y la conformación de bloques regionales constituye el nuevo contexto internacional en el que deben operar las instituciones de educación superior, con todos sus desafíos y oportunidades. La educación superior mexicana opera en un nuevo escenario de competencia mundial, que es más visible en el marco de los tratados comerciales como el de Libre Comercio de Norteamérica y la incorporación a organismos internacionales como la Organización para la Cooperación y el

Desarrollo Económico (OCDE).

La competencia entre universidades mexicanas y de otros países conlleva la necesidad de plantear programas de desarrollo de nuestras IES, con base en indicadores y estándares internacionales.

Un aspecto que merece especial atención es el relativo a la relación que se establece entre el mundo laboral y la educación superior en el ámbito mundial. El explosivo crecimiento de la matrícula de la Educación Superior ha llevado a que los profesionistas se encuentren con un mercado laboral saturado, y que sus expectativas de trabajo se vean disminuidas. El incipiente crecimiento económico de los países en desarrollo hace que este el mercado laboral en estos países, demande menos espacios de trabajo donde sean necesarias, las habilidades y conocimientos adquiridos en el Sistema de Educación Superior.

En muchos países relativamente ricos, así como en las naciones en desarrollo, existe un desempleo considerable de los graduados. Sin embargo, sigue siendo un hecho constatable que a mayor escolaridad de las personas, las posibilidades de empleo aumentan, y que la cuota de desempleo entre los egresados de educación superior es evidentemente más pequeña que la del total de la fuerza de trabajo en la mayor parte de los países.

Algunas de las características de los mercados de trabajo globales que han sido señaladas en diversos estudios, tanto de la UNESCO como del Banco Mundial, son: un ritmo creciente de cambios en la estructura de puestos y la exigencia de una mayor cualificación en casi cualquier ocupación, contracción del empleo en el sector público y crecimiento relativo en el sector privado, disminución de las oportunidades de empleo en las grandes compañías, un aumento de oportunidades en el sector de empleo "no estructurado", pérdida de estabilidad y seguridad en el trabajo, una demanda creciente de conocimientos básicos de informática y capacidades en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, todo lo cual plantea nuevas exigencias de formación en los sistemas educativos.

Será necesario entonces asumir que la educación superior no está restringida únicamente a la formación de empleados, sino que su función se ampliará cada vez más a la formación de profesionales emprendedores que inicien y desarrollen sus propias empresas.

Para que la educación en general y la educación superior en particular puedan cumplir con los nuevos roles que demanda la sociedad del conocimiento, éstas deben constituirse en la inversión prioritaria del país. Un nuevo pacto social entre gobiernos, sociedad e instituciones de educación superior deberá llevar a la definición de una política de Estado que haga viable las transformaciones estructurales que se demandan con una visión de largo alcance.

El esfuerzo del gobierno mexicano en cuanto a la educación ha sido importante en los últimos años, 6.4% del PIB en 2011, sin embargo le ha brindado mayor atención a la educación básica (primaria y

secundaria), actualmente el 1.08% del PIB a la educación superior, mientras el 2.95% del PIB a la educación básica, lo cual se explica por la política del Gobierno Federal de dar prioridad a la educación básica y de disminuir la brecha en el costo por alumno respecto de los niveles superiores. En los últimos años la matrícula del Sistema de la Educación Superior en México ha tenido un importante incremento, actualmente la cobertura alcanza el 30%, sin embargo este crecimiento se ha llevado en forma desorganizada lo que pudo haber contribuido al deterioro de la calidad. Este logro nos pone a penas por encima del promedio en nuestro entorno, es decir Latinoamérica, por lo que la cobertura debe de continuar en aumento sin descuidar la calidad, si pretendemos ser competitivos en este mundo globalizado.

El objetivo de este trabajo es presentar el modelo econométrico tradicional y dos alternativas, para medir los índices de rentabilidad social y particular de la inversión en capital humano para los diferentes niveles de escolaridad en México esperando que los valores de los índices privados de rentabilidad de la inversión en capital humano sean significativos, de forma tal que fomenten el que los individuos alcancen niveles educativos más altos esperando encontrar la más alta rentabilidad de su inversión en educación.

Por otro lado, los valores de los índices sociales de rentabilidad de la inversión en capital humano proporcionen información suficiente para que el estado priorice su gasto en educación, y la asignación de esos recursos la realice en forma eficaz y eficiente tomando como criterio principal el nivel de escolaridad que resulte más rentable.

CAPITAL HUMANO

El capital humano comprende los conocimientos, habilidades, competencias y otros atributos incorporados en los individuos. OCDE (2010).

Los atributos de los individuos que comprenden el capital humano se obtienen a través de diversas formas, sistema educativo, cursos de formación continua y la experiencia laboral, así como otras formas de naturaleza informal como las relaciones en familia, sociales, y medios informativos. Sin embargo debido a la dificultad para medir el nivel de las experiencias que el individuo pueda adquirir en las maneras informales ya mencionadas, resulta claro que hoy día el único indicador internacional del capital humano de un individuo es su educación formal, entendiendo por educación formal aquella que se adquiere en el sistema educativo. San Segundo (2001).

Una vez repasada esta definición, está claro por qué en lo subsecuente, hablamos de capital humano o educación como términos equivalentes.

CAPITAL HUMANO COMO POLÍTICA DE DESARROLLO ECONÓMICO

A pesar de que la definición del capital humano ha evolucionado para abarcar todo tipo de conocimiento y habilidades, hasta un extenso concepto del bienestar social, convencionalmente, la literatura ha tratado de establecer la relación entre el capital humano y los resultados económicos, mismos que se buscan a través de la formación formal.

De esta forma se considera que el capital humano es un condicionante para el éxito de una economía. Como se puede apreciar en los resultados de los estudios realizados por la OCDE (2002). Es un estudio realizado en 16 economías en desarrollo, cuyos resultados indican que las inversiones en el capital humano durante las dos últimas décadas pueden haber aportado aproximadamente medio punto porcentual a la tasa de crecimiento anual de esos países.

Los economistas han desarrollado métodos bastante confiables para determinar la proporción de crecimiento del ingreso a causa del aumento en el capital humano.

La mejor evidencia en el eslabón entre la educación y el progreso económico entra de una comparación del crecimiento en los ingresos per cápita de más de 100 países desde 1960. Por término medio, los países pobres crecieron tan rápido como los ricos. Pero los países, ricos o pobres que tenían una fuerza obrera relativamente bien-educada en 1960 adelantaron mucho más rápido que el promedio.

Los archivos económicos excelentes de Japón, Taiwán, y otras economías del asiático en las recientes décadas ilustran la importancia de cómo el capital humano impulsa dramáticamente el crecimiento (Becker, 1992).

De esta forma los autores del capital humano consideran la inversión en capital humano como una inversión redituable, por tanto una de las mejores políticas de desarrollo económico que los países deben de seguir.

RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO

A finales del siglo pasado la gran inversión en la educación formal de los países desarrollados ha sido cuestionada, por su parte las organizaciones de carácter internacional como la UNESCO, OCDE, El banco Mundial, IESALC han puesto énfasis en fomentar las políticas de educación como medida básica de desarrollo económico y social de cualquier país que desee ser competitivo en un marco de globalización y competitividad.

La economía de la educación tiene entre sus principales cuestionamientos, el de la existencia de una relación entre a mayor educación, mayores ingresos, por eso desde finales del siglo pasado hubo economistas interesados en determinar los ingresos que derivan de la inversión en capital humano, Becker y Mincer fueron de los primeros en realizar modelos.

También, Psacharopoulos, G. et al (1996), fueron de los pioneros al determinar los perfiles de experiencia- ingresos de los individuos donde afirmaron que los individuos con educación superior tendrían mejores ingresos.

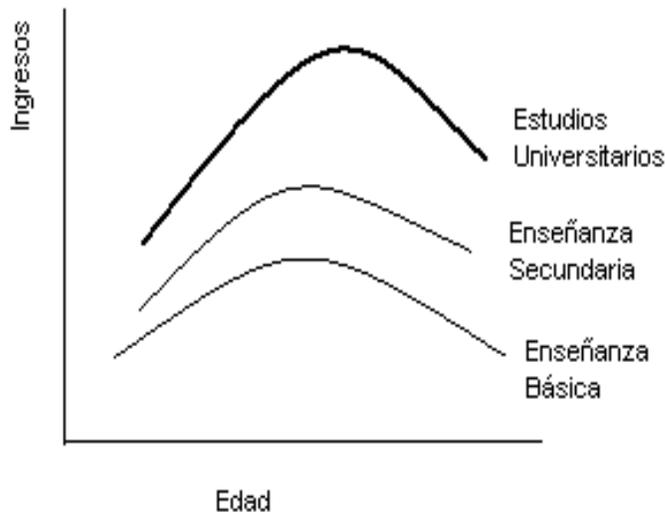
Los perfiles de ingresos por edades demuestran cómo la estructura de ingresos de los individuos está distribuida a través de la edad y el nivel de educación. Salas (2001). Las características principales de los perfiles de edad-ingreso son:

El nivel absoluto de ingresos, en cualquier punto del tiempo, es mayor para aquellas personas con más educación (mayor número de años de escolaridad).

Los perfiles edad- ingreso son cóncavos con respecto al origen de coordenadas. Esto quiere decir que los ingresos aumentan con la edad a una tasa decreciente, alcanzan un máximo, normalmente entre

45 y 55 años de edad y entonces se mantienen achatados, o incluso declinan, este patrón se observa para todos los niveles de educación.

Gráfica 1 **Perfiles edad-ingresos, según el nivel de estudios**



Fuente Salas (2001).

Los perfiles de ingresos demuestran, según la gráfica 1, que los ingresos máximos de los individuos se encuentran “aproximadamente” en la misma edad, con la salvedad de que a mayor educación formal mayores ingresos, como era de esperarse según la teoría del capital humano.

El máximo de la función de ingresos se alcanza más tarde en la vida laboral de las personas “más educadas”. Esta característica puede ser explicada resaltando que la experiencia, y no la edad, es la variable que incrementa el capital humano después del período de escolaridad (educación formal).

Asumiendo que el máximo de inversión del capital humano se logra después de un período (años de experiencia), que es independiente del nivel del capital humano adquirido en el sistema educativo, entonces el perfil de las personas “más educadas” alcanzan el máximo más tarde en la vida laboral, simplemente porque su inserción en el mercado laboral es más tarde.

TEORÍAS DE LA DEMANDA DE LA EDUCACIÓN.

Con la disminución de la población joven en los países europeos se podría haber pensado que la demanda de la educación y particularmente la educación superior disminuiría, situación contraria a lo acontecido.

Este acontecimiento singular de un crecimiento explosivo de la demanda de la educación y particularmente la educación superior a pesar de que la población que principalmente es la

demandante de la misma, ha caído significativamente, llevan a la creación de varias teorías que tratan de dar una explicación a este comportamiento económico social.

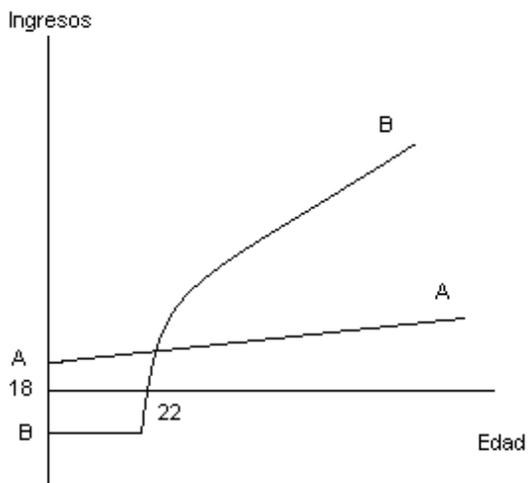
Las teorías que tratan de dar una explicación al comportamiento del individuo que demanda educación son las teorías del capital humano, consumo, credencialismo y radical.

TEORÍA DEL CAPITAL HUMANO.

La teoría del capital humano es el elemento más conocido de la economía de la educación. La teoría del capital humano es una teoría de la demanda de educación (formación formal) que pone énfasis en los aspectos de inversión que rodean a esta decisión. Los individuos eligen su gasto óptimo en educación comparando el valor presente de los costes de esta inversión con el valor presente de los beneficios que derivan en el futuro. Los ingresos y los costes futuros se descuentan a su valor presente teniendo en cuenta una tasa de descuento temporal o tipo de interés. San Segundo (2001).

En la figura 2 se ilustra la situación que enfrenta un joven de 18 años de edad que ha terminado el bachillerato y está en el dilema de continuar estudiando o incorporarse al mercado de trabajo. En caso de que decida ingresar al mercado de trabajo su perfil será el correspondiente al A, sin embargo en caso contrario, es decir que desee continuar con sus estudios y por tanto incorporarse al Sistema de Educación Superior y dejar para más tarde su ingreso al mercado de trabajo, el perfil que describe su comportamiento será el B.

Gráfica 2 **Inversión en Educación Superior**



Fuente San Segundo (2001).

El perfil del joven que recién acaba sus estudios de bachillerato y se integra al mercado de trabajo siempre es positivo, dado que desde ese instante comienza a percibir sus ingresos.

La parte negativa del perfil del joven que desea continuar con sus estudios corresponde a los costes que ésta inversión representa.

Es conveniente precisar que para la mayoría de los casos el coste en educación que representa un gasto mayor es un coste indirecto y es precisamente el coste de oportunidad que se refiere al tiempo que el individuo deja de percibir un ingreso por dedicar el tiempo a estudiar.

Una vez que el individuo que ha invertido en educación superior termina sus estudios y se incorpora al mercado de trabajo (aproximadamente a los 22 años) su perfil describe ingresos por encima del

individuo que tuvo su inserción en el mercado laboral al término de su bachillerato. Estos ingresos superiores consideran condiciones de trabajo más estables, es decir se considera que el individuo que tiene estudios superiores tiene menor probabilidad de sufrir situaciones de desempleo.

Por otro lado es conveniente mencionar que existen otro tipo de rendimientos laborales derivados de la inversión en educación que no son considerados en el gráfico anterior, y que son los que ponen al individuo ante mejores oportunidades de trabajo, brindándole un abanico de posibilidades y sobre todo le permiten rechazar trabajos que le pudieran resultar molestos, o hasta en ocasiones riesgosos.

Así como también otros beneficios no monetarios como la salud y el incremento en la eficiencia en la producción de bienes y servicios en el hogar.

TEORÍA DEL CONSUMO.

La educación se presenta como un bien normal, por lo que el individuo decide adquirir educación en función de sus ingresos y de los costes de otros bienes del mismo nivel.

El individuo que adquiere la educación como un bien, obtiene una utilidad inmediata, encuentra en el aprendizaje diferentes niveles de satisfacción en función de antecedentes diversos como su cultura, nivel académico de sus padres, ambiente etc. Desde luego que puede estar convencido que el adquirir educación le puede proporcionar otro tipo de utilidad que pudiera verse reflejada en su mejor oportunidad de empleo o ingresos futuras, sin embargo para el individuo que adquiere educación como *bien de consumo* esto no es prioritario.

Es ampliamente aceptado que la educación genera beneficio de consumo, por ejemplo, los estudiantes pueden disfrutar el proceso de aprendizaje en un estimulante ambiente, donde ellos tienen la oportunidad del desafío de la sabiduría en su campo de oportunidad al mezclarse con otros de similar inclinación intelectual. El placer ganado al estudiar un grado, no necesariamente afecta a la productividad futura del graduado en la fuerza de trabajo o en sus ingresos. Dolton (1997).

Por otro lado, se puede adquirir educación en función de los rendimientos (principalmente económicos) que proporciona a mediano y largo plazo, a esta forma de demanda de educación se le conoce como *bien de inversión*. El individuo que opta por la adquisición de educación como un bien de inversión, decide adquirir educación en función de los costes directos (tasas, pasajes, libros etc.) costes indirectos (coste de oportunidad) y los ingresos que puede tener en un futuro a través de su preparación.

El individuo que decide adquirir educación como un bien de inversión también considera que la educación formal le ayudará a disminuir las probabilidades de desempleo, siendo este un aspecto muy importante en sus expectativas de ingresos.

Dado que la educación superior en México es predominantemente pública, se puede observar que los costes indirectos resultan ser más importantes que los directos. Es decir el coste de oportunidad, entendiéndolo como el tiempo que se estudia y se deja de percibir un salario, representa un coste mayor que los costes directos.

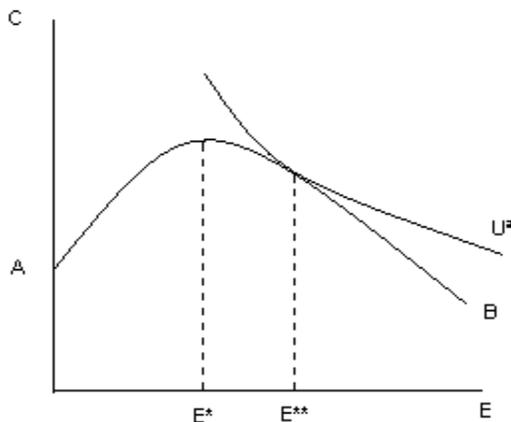
Los costes de oportunidad tienen su justa medida en función de la tasa de desempleo para la población de esta edad. Esto hace ver que conforme la tasa de desempleo para este sector de la población aumenta, los costes indirectos derivados del tiempo de oportunidad, disminuyen.

Es también visto que la demanda de educación es preferentemente tan joven como sea posible, pues el tiempo que un individuo joven percibirá los beneficios de la adquisición de la educación, será mayor al tiempo de un individuo maduro. Esto puede ser apreciado en una gráfica de rentabilidad de la educación vs edad. San Segundo (2001).

La gráfica 3 representa un modelo mixto del consumo de la educación, es decir un modelo de consumo e inversión, en el que se supone que los individuos derivan utilidad del aprendizaje, pero también obtienen rendimientos económicos de la educación en forma de aumentos laborales futuros, netos de costes. La curva AB representa el valor presente (descontado de esos ingresos para diferentes niveles de inversión educativa (E)).

En un modelo puro de capital humano, sin ningún aspecto de consumo, el individuo elige $E=E^*$; la inversión de educación que hace máximo el valor presente (VP) de los ingresos netos. Sin embargo, un individuo que considera la educación como bien de consumo y como bien de inversión elige $E=E^{**}$, una cantidad mayor que la óptima en el modelo puro de capital humano.

Gráfica 3 **Inversión en Educación Superior**
Modelo mixto de la demanda de la educación



Fuente San Segundo (2001).

TEORÍA DE LA CREDENCIALIZACIÓN O SEÑALIZACIÓN.

Esta teoría se basa en el planteamiento de que el mercado laboral no tiene información completa como para evaluar la capacidad de desempeño del individuo en el campo laboral por lo menos antes de contratar, de esta forma, las empresas piensan que los individuos con mayores capacidades son los que deciden prepararse más y mejor, así que la manera en que pueden valorar las capacidades y habilidades de los individuos es a través de los títulos y credenciales que obtienen en su paso por el sistema educativo formal. San Segundo (2001).

Una premisa que tienen las empresas respecto a los individuos con más capacidades es que éstos son los que se preparan más, por tanto requieren de menos coste de inversión para su capacitación.

Las empresas piensan que, se tiene que los costes de formación para un individuo con mayores capacidades son menores que los que serían para un individuo con menores capacidades, por lo que al evaluar los ingresos futuras para ambos tipos de individuos, los ingresos derivadas de la preparación serían mayores para el individuo con mayores capacidades, por lo que los individuos con menores capacidades optan por prepararse menos y los que tienen mayores capacidades optan por prepararse más. De esta manera los individuos con más estudios formales según esta teoría son los que tienen más capacidades. San Segundo (2001). El comparar esta teoría con la teoría del capital humano parece natural y es que en ambas se considera que las mejores oportunidades de empleo y menores probabilidades de desempleo serán para aquellos que tengan mejor formación formal.

Pero existe una importante diferencia, la cual estriba en que la teoría del capital humano considera que el desarrollo de las habilidades y competencias es resultado de la formación reglada y formación continua, mientras que la teoría de la credencialización considera que esta preparación sólo sirve para identificar un grupo del otro.

TEORÍA RADICAL.

Esta teoría defiende la postura de que el empleo se obtiene por el beneficio de las relaciones humanas, de las buenas relaciones de los padres, y por tanto es resultado de situaciones hereditarias, y no preferentemente por causa de la formación que adquiera el individuo en las aulas, como es considerado para la teoría del capital humano.

Esta teoría acepta que los individuos que compiten en un mercado laboral, no lo hacen en iguales condiciones, por lo que marca una realidad de inequidad, pues los que desde un principio ya tienen ventaja por su situación privilegiada son los que aspiraran a mejores oportunidades en este mercado. San Segundo (2001).

En algunos casos estos individuos privilegiados tienen una renta mayor, además de que sus padres muy probablemente también tengan estudios superiores, lo que dará como consecuencia que también acumulen mayor capital humano, es decir sea posible que asistan a una institución para recibir preparación reglada o formal. Desde este enfoque esta teoría no se contrapone con la teoría del capital humano. San Segundo (2001).

CÁLCULO DE LA RENTABILIDAD DE LA EDUCACION SUPERIOR EN MEXICO PARA 1998-2010.

Presentamos el cálculo de la rentabilidad de la inversión en educación en México para el período 1998-2010.

BASE DE DATOS

Para la realización de este trabajo se tomó como base de datos la Encuesta Nacional e Ingresos y Gastos en los Hogares (ENIGH, 1998, 2006,2010). A partir de 1984, el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) ha sido el responsable de realizar la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH), misma que se ha llevado a cabo en los años 1984, 1989, 1992, 1994, 1996, 1998, 2000, 2002, 2004, 2005 ,2008 y 2010.

La ENIGH es una encuesta compleja, su diseño estadístico es: Probabilístico. Los resultados de los hogares entrevistados en la encuesta se generalizan a toda la población.

Estratificado. La probabilidad de que la vivienda sea seleccionada se define en función de un conjunto de características socioeconómicas que permiten la clasificación en zonas geográficas determinadas.

Bietápico. Se seleccionan las viviendas en dos distintas etapas: unidades primarias de muestreo (grupos de manzanas) y viviendas.

Por conglomerados. Grupos de unidades de muestreo, en las que la unidad última de selección es la vivienda y la unidad de observación es el hogar.

Levantamiento: Del 21 de agosto al 17 de noviembre.

Índices sociales de rentabilidad de la inversión en educación	2006			2010		
	Estimación			Estimación		
	Minceriano	Propuesto	Lineal multivariada	Minceriano	Propuesto	Lineal multivariado

Tamaño de la muestra: Total

23
240

**RESU
LTA**

DOS

Tabla 1. Comparación de los índices particulares de rentabilidad de la inversión en educación para los tres modelos.

Índices particulares de rentabilidad de la inversión en educación	1998			2006			2010		
	Estimación			Estimación			Estimación		
	Minceriano	Propuesto	Lineal	Minceriano	Propuesto	Lineal	Minceriano	Propuesto	Lineal
<i>e</i> primaria	1.13%	2.43%	2.6%	-1.42%	1.862%	-0.25486	-1.52%	1.48%	2.1%
<i>f</i> secundaria	6.28%	6.64%	8.88%	7.07%	6.15%	7.84%	5.8%	5.9%	8.4%
<i>g</i> bachillerato	8.34%	8.09%	9.08%	9.63%	10.39%	22.88%	7.6%	7.9%	8.01%
<i>h</i> licenciatura	12.71%	7.36%	8.42%	11.87%	10.84%	26.23%	10.2%	9.98%	13%
<i>i</i> maestría	9.34%	9.45%	7.26%	17.49%	12.53%	19.18%	11.5%	11.8%	15%
<i>j</i> doctorado				16.23%	14.35%	22.83%			

Elaboración propia

<i>e</i> primaria	-3.14%	1.52%	6.27%	-4.15%	0.36%	3.54%	Tabla 2. Comparación de los índices sociales de rentabilidad de la inversión en educación para los modelos.
<i>f</i> secundaria	6.58%	4.93%	6.81%	5.45%	3.56%	4.15%	
<i>g</i> bachillerato	9.06%	7.48%	8.16%	8.21%	6.87%	7.32%	
<i>h</i> licenciatura	9.97%	5.28%	11.04%	10.32%	7.12%	11.92%	

Tabla 2. Comparación de los índices sociales de rentabilidad de la inversión en educación para los modelos.

Elaboración propia

En la presente tabla no se mostraron los resultados que se obtuvieron para el año 2008, siendo la razón principal que los modelos no presentaron una consistencia notable como lo muestran los tres para el año de 2010.

Es notable que precisamente los modelos hayan mostrado tal consistencia para un año como 2010 con tan graves problemas económicos.

Los índices de rentabilidad para la educación primaria son muy pequeños e incluso negativos.

CONCLUSIONES

Los bajos índices de rentabilidad en educación primaria sólo muestran que hoy día el contar con la educación primaria, no sirve para mejorar la situación laboral del individuo.

La educación primaria resulta ser muy importante, como el principio de la preparación académica, para poder aspirar a los siguientes niveles académicos.

Los índices de rentabilidad de la inversión en educación toman en cuenta muchas variables, una de ellas los índices de desempleo para dichos niveles de educación, lo cual indica que en el año de 2010 con altos niveles de desempleo, los individuos con educación superior mantuvieron niveles más bajos que el resto de la fuerza trabajadora.

Los índices de rentabilidad de la inversión en educación superior muestran que en los momentos más difíciles no debemos claudicar en promover la inversión en educación superior.

BIBLIOGRAFÍA

Becker, G.S.(1992). [The Adam Smith address: Education, labor force quality, and the economy.](#) *Business Economics*, Jan92, Vol. 27 Issue 1, p7, 6p.

ENIGH (1998). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en los Hogares 1998*. INEGI , México.

ENIGH (2006). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en los Hogares 2006*. INEGI , México.

ENIGH (2010). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en los Hogares 2010*. INEGI , México.

OCDE (2010). *Financing Education- Investments and Returns. Analysis of the World Education Indicators 2010*. Francia: OCDE.

Psacharopoulos, G. et al (1996). *Returns to Education During Economic Boom and Recession. Mexico 1984, 1989 and 1992*". *Education Economics*, Vol.4, No. 3

Quinto Informe de Gobierno (2010). *Quinto Informe de Gobierno*. Presidencia de la República. México 2010.

Salas, M. V. (2001). *Aspectos económicos de la educación*. Grupo editorial Universitario.

San Segundo, M.J. (2001). *Economía de la Educación*, Editorial síntesis, Madrid.

Referencias Bibliográficas (algunos ejemplos)

Libros:

Andersen, A. (1999). *El management en el siglo XXI*. Buenos Aires: Granica.

Hammer, M. y Champy, J. (1994). *Reingeniería*. Colombia: Norma.

Capítulo de libro

CILLARIO, L. (1991). “El engaño de la flexibilidad. Elementos para una crítica de la ideología de la automatización flexible”. En: Juan José Castillo (Comp.) *La automatización y el futuro*. Madrid: MTSS.

Artículos:

Powell, T. (2001). Competitive advantage: logical and philosophical considerations. *Strategic Management Journal*. Num. 22, Vol. I, pp. 875-888.

Aragon, A. y Sharma, S. (2003). A contingent resource-based view of proactive corporate environmental strategy. *Academia of Management Review*. Num. 1, Vol. 28, pp 71-88.

Fuentes electrónicas

Vandenbos, G., Knapp, S. and Doe, J. (2001). Role of reference elements in the selection of resources by psychology undergraduates [versión electrónica], *Journal of Bibliographic Research*, No. 5, pp 117-123.

CONACYT (2010). Reglamento del Sistema Nacional de Investigadores. Recuperado el 15 de junio de 2010, de <http://www.conacyt.mx>.

LA ACTUALIZACIÓN DEL CONOCIMIENTO INCREMENTA LOS INGRESOS.

Fernando Avila Carreón favila_68@yahoo.com.mx Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Evaristo Galeana Figueroa egaleana@umich.mx Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

El modelo de Mincer ha sido ampliamente usado para determinar los gráficos denominados, perfiles edad-ingresos de los individuos en los cuales se comparan los diferentes niveles de ingresos de los individuos en función de su nivel de educación, relación que resulta ser el tema medular de la economía de la educación. En la expresión original del modelo aparecen dos términos que relacionan la experiencia laboral con el nivel de ingresos, uno lineal y otro cuadrático, el coeficiente de éste último en la práctica siempre nos arroja un valor pequeño y negativo, lo que permite que el gráfico describa perfiles cóncavos con respecto al origen de coordenadas, esto quiere decir que los ingresos aumentan con la edad a una tasa decreciente, alcanzan un máximo, normalmente entre 45 y 55 años de edad y entonces se mantienen achatados, o incluso declinan, este patrón se observa para todos los niveles de educación. En este trabajo proponemos una pequeña modificación al modelo original lo que permite modificar este comportamiento de tal forma que los individuos puedan incrementar sus ingresos aún después del espacio temporal considerado, siempre que actualicen su conocimiento.

Palabras clave: Educación superior, capital humano, capacitación, calidad, competitividad, fuerza laboral.

Abstract

Mincer's model has been widely used to determine the so-called graphics, age-earnings profiles of individuals which compares the different levels of income of individuals based on their level of education, a relationship that proves to be the central issue of the economics of education. In the original expression of the model have two terms that relate the experience to the level of income, a linear and a quadratic coefficient of the latter in practice always gives a small negative value, allowing the graphic describes profiles concave to the origin of coordinates, this means that income increases with age at a decreasing rate, reaching a maximum, usually between 45 and 55 years of age and then remain flattened, or even decline, this pattern is observed for all levels of education. In this paper we propose a slight modification to the original model allowing you to modify this behavior so that individuals can increase their income even after the temporary space considered, provided and update their knowledge.

Key words: Higher education, human capital, training, quality, competitiveness, workforce.

Introducción

El importante crecimiento de la matrícula de la educación superior en todo el mundo ha traído consigo una serie de fenómenos económico-sociales los cuales se han buscado analizar para dar solución con el estudio de la rama de la economía denominada, economía de la educación. El tema

medular de dicha rama de la economía versa sobre el vínculo existente entre la inversión en educación superior y los beneficios económicos derivados esta inversión.

Los problemas económicos de los países han propiciado que hasta los individuos con nivel licenciatura se vean en problemas de desempleo, situación que ha llevado a que grupos importantes en cuanto a opinión y decisión cuestionen cuales son los niveles más convenientes de cobertura de los sistemas de educación superior. Esto también influye en el momento de asignar los recursos económicos a la educación y en particular a la educación superior.

Son diversas las problemáticas que tienen que ver con respecto a los financiamientos asignados a la educación. En primer lugar con una política consiente y conociendo las diversas necesidades del pueblo, se debe establecer que porcentaje del PIB se debe de asignar a la educación. Posteriormente se debe de dividir esa partida presupuestal en los diferentes niveles de educación..

Existen modelos que han sido de utilidad para medir la rentabilidad que se deriva de la inversión en educación, el más aceptado es el modelo de Mincer y este ha permitido en varias ocasiones ayudar para tomar una decisión en cuanto a la mejor forma de orientar las políticas educativas de algunos países.

El modelo de Mincer

El modelo de Mincer cuenta con una gran aceptación en el problema de definir la rentabilidad de la inversión en educación. Este modelo tiene la siguiente expresión matemática en su forma más conocida.

$$\ln E = ax + bx^2 + c \ln E_0 + d \text{ ed}_i$$

Donde:

E Ingresos derivados de la inversión en educación

x experiencia laboral

E_0 Ingresos para un individuo sin escolaridad

En esta expresión se aprecia como la experiencia laboral aparece con dos términos los cuales uno es lineal y el otro es cuadrático. En primer lugar esto demuestra en forma contundente la fuerte influencia que tiene la experiencia laboral en los ingresos de un individuo.

Por otro lado en todos los casos el coeficiente b correspondiente al término cuadrático de la experiencia laboral, resulta ser negativo y su valor absoluto muy pequeño. Lo que hace que el perfil resultante sea cóncavo respecto del origen. Esto gráficamente representa una tendencia ascendente del ingreso de los individuos conforme pasa el tiempo esto con una tasa decreciente que permite que el ingreso alcance un máximo en una edad madura del trabajador y después se mantenga más o menos constante o inclusive decrezca.

Nosotros utilizamos este modelo de Mincer para realizar el cálculo del índice de rentabilidad de la inversión en educación superior para México para el período 1998-2006. Sin embargo proponemos dos modelos que en esencia son el mismo modelo de Mincer, con una pequeña variante,

Base de datos

Para la realización de este trabajo se tomó como base de datos la ENIGH. A partir de 1984, el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) ha sido el responsable de realizar la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH), misma que se ha llevado a cabo en los años 1984, 1989, 1992, 1994, 1996, 1998, 2000, 2002, 2004, 2005 y 2006.

Esta base de datos tiene como unidad de observación: El hogar

Unidad de muestreo: La vivienda

Unidad de análisis: El hogar, la vivienda y los integrantes del hogar

Esquema de muestreo.

El diseño del muestreo fue bietápico, con estratificación de las Unidades Primarias de Muestreo (UPM'S).

La ENIGH es una encuesta compleja, su diseño estadístico es:

Probabilístico. Los resultados de los hogares entrevistados en la encuesta se generalizan a toda la población.

Estratificado. La probabilidad de que la vivienda sea seleccionada se define en función de un conjunto de características socioeconómicas que permiten la clasificación en zonas geográficas determinadas.

Bietápico. Se seleccionan las viviendas en dos distintas etapas: unidades primarias de muestreo (grupos de manzanas) y viviendas.

Por conglomerados. Grupos de unidades de muestreo, en las que la unidad última de selección es la vivienda y la unidad de observación es el hogar.

Levantamiento

Del 21 de agosto al 17 de noviembre.

Tamaño de la muestra

Total 23 240

El INEGI comenzó a levantar la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) en 1984, sin una periodicidad establecida.

La ENIGH se ha realizado en 1984, 1989, 1992, 1994, 1996, 1998, 2000, 2002, 2004, 2005 y 2006.

Cobertura temática.

en nuestro país cada dos años. En esa base de datos se pudo calcular la experiencia laboral como la edad menos los años de escolaridad, lo cual es el método aceptado para determinar el tiempo en el que el individuo se encuentra laborando. Características de la vivienda, características de los hogares, características sociodemográficas de los integrantes del hogar, características ocupacionales de los integrantes del hogar de 12 años y más.

Monto y estructura de los ingresos, monto y estructura de los gastos, características de la vivienda, tipo, tenencia, acceso y calidad de los servicios, materiales de construcción.

Características sociodemográficas de los integrantes del hogar: Parentesco, sexo, edad, asistencia a centro educativo, tipo de escuela, nivel de instrucción, estado conyugal.

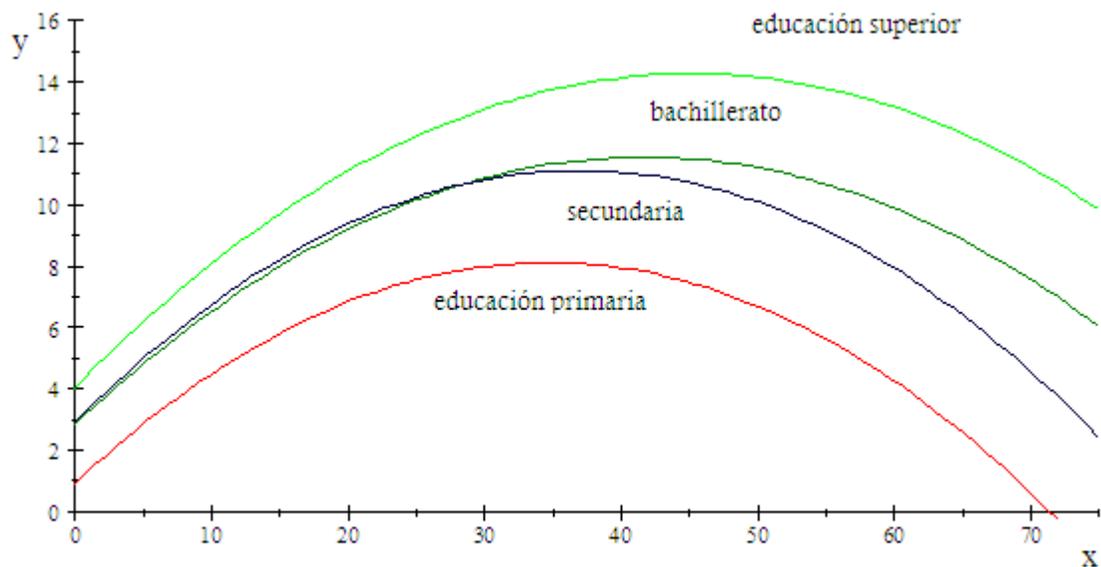
Características ocupacionales de los integrantes del hogar de 12 años y más: Condición de actividad, ocupación, rama de actividad, posición en el empleo, horas trabajadas, prestaciones sociales, condiciones de contratación, afiliación a sindicato, tamaño de la empresa, ingresos monetarios, remuneraciones al trabajo subordinado, ingresos del trabajo independiente, ingresos de la propiedad, transferencias, no monetarios, autoconsumo, pago en especie, regalos, estimación del alquiler de la vivienda. INEGI (2006).

Gastos, alimentos, bebidas y tabaco, vestido y calzado, vivienda, servicios de conservación, energía eléctrica y combustibles, cuidados de la casa, cuidados médicos, transporte, educación y cuidados personales. INEGI (2006).

Comportamiento de los perfiles edad-ingresos de los individuos

Las siguientes gráficas muestran los perfiles edad-ingresos, para los años 1998 y 2006.

Gráfica 1 Perfiles edad- ingresos para México 1998



Elaboración propia.

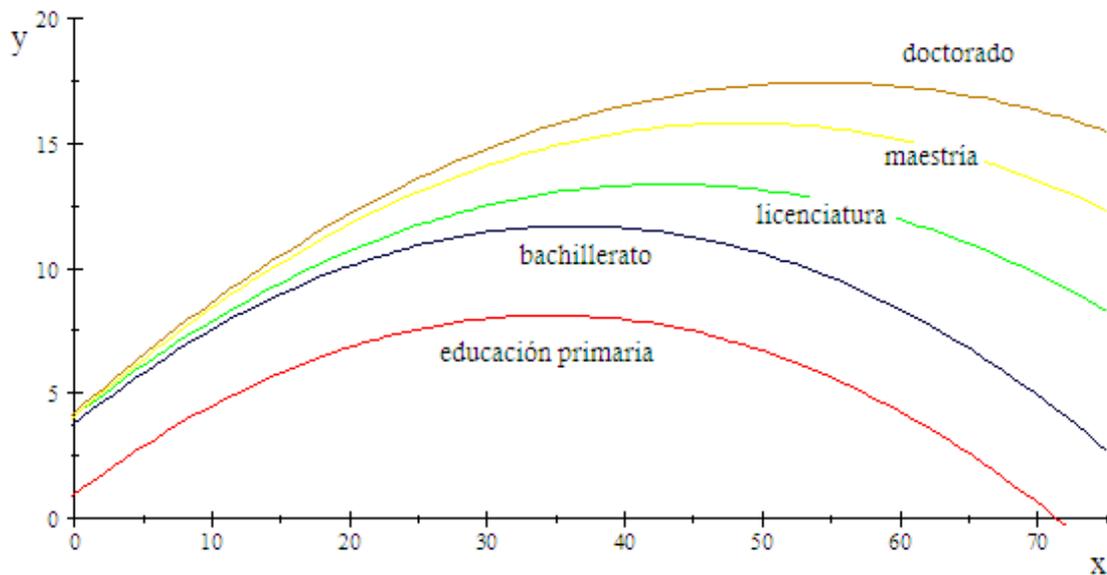
En esta gráfica se puede apreciar que los individuos con nivel de escolaridad primaria tienen los ingresos más bajos. El máximo de los ingresos de estos individuos ocurre antes que los demás pues se incorporan al mercado laboral antes que los demás.

Los ingresos de los individuos con educación secundaria tienen ingresos superiores a los que estudian únicamente la primaria, y su máximo en los ingresos es posterior a los de educación primaria por haberse incorporado al mercado laboral después de los de educación primaria.

Los ingresos de los individuos con educación de bachillerato son ligeramente superiores a los que cuentan con educación secundaria, principalmente después del máximo que presentan los de educación secundaria. Esto denota la importancia que representa la experiencia laboral en el nivel de los ingresos de los individuos. Por otro lado se aprecia como el máximo de los de bachillerato ocurre posteriormente a el máximo de los de la educación secundaria, lo cual de nueva cuenta se debe a que su inserción en el mercado laboral es posterior.

El perfil superior como era de esperarse corresponde a los individuos con nivel de educación superior, lo que concuerda perfectamente con la teoría del capital humano. En este perfil también su máximo corresponde al último en ocurrir de los cuatro, ya que estos individuos son los últimos en incorporarse al mercado laboral debido a que son los que le han dedicado más tiempo a adquirir educación.

Gráfica 2 **Perfiles edad- ingresos para México 2006**



Elaboración propia.

En este caso fue posible visualizar los diferentes niveles que comprenden la educación superior. Teniendo en forma más marcada el predominio de niveles mayores de ingresos para niveles más altos de educación. En esta gráfica no aparece el nivel de educación de secundaria porque no presentaba mucha diferencia con el nivel bachillerato y decidimos quitarlo de la gráfica para no crear confusiones. Además de la tendencia de tener el máximo del nivel de los ingresos más a la derecha en la gráfica conforme el nivel de educación es más alto.

A pesar de que el máximo para el nivel de los ingresos del nivel más alto de estudios aparece muy tarde en el tiempo, es decir a una edad ya más avanzada, a partir de esa edad comienza a decrecer lo cual se modifica a partir de la propuesta de la variante en el modelo original, y esto ocurre para cualquier nivel de educación no es únicamente para el caso del doctorado.

Diferencia en el comportamiento del índice de rentabilidad

Para determinar las expresiones finales que nos lleven a determinar los índices tanto particular como social marginales de rentabilidad de la inversión en educación, se consideró los resultados de los valores de los coeficientes α . lo que permite realizar la regresión no lineal para ver el comportamiento que presenta los coeficientes asociados con la experiencia laboral respecto del ln de los ingresos correspondientes a los diferentes niveles de escolaridad.

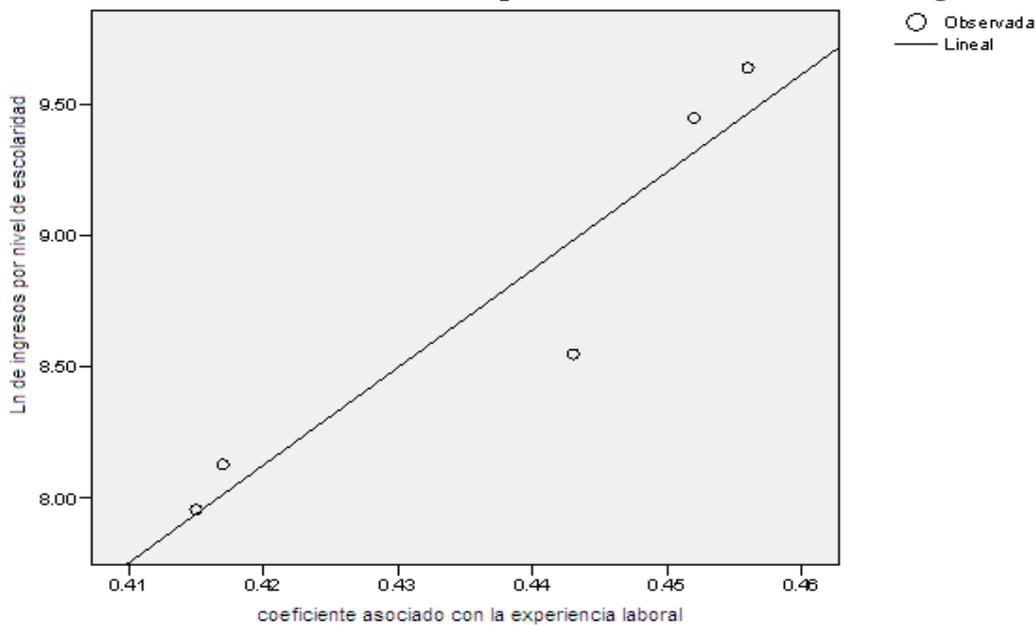
Tabla 1.- Datos para la regresión lineal, cuadrática, cúbica y de cuarto orden.

Ln ingresos en el nivel de	Coefficiente de la experiencia
----------------------------	--------------------------------

escolaridad citado	laboral obtenido por el modelo propuesto para el nivel citado de escolaridad
7.95718	.4150
8.12917	.4170
8.54850	.4430
9.44778	.4520
9.63796	.4560

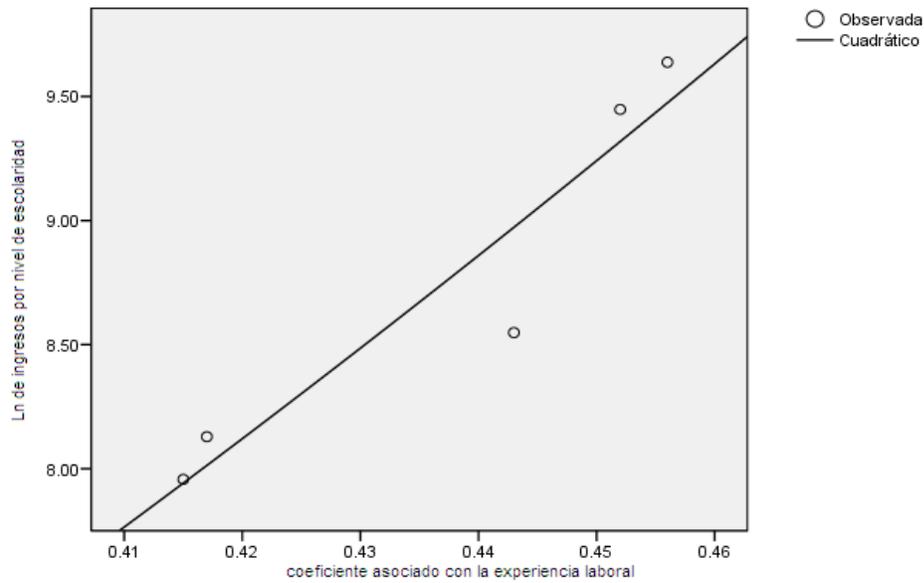
Elaboración propia

Gráfica 3.- Coeficiente asociado a la experiencia laboral vs Ln de los ingresos (lineal).



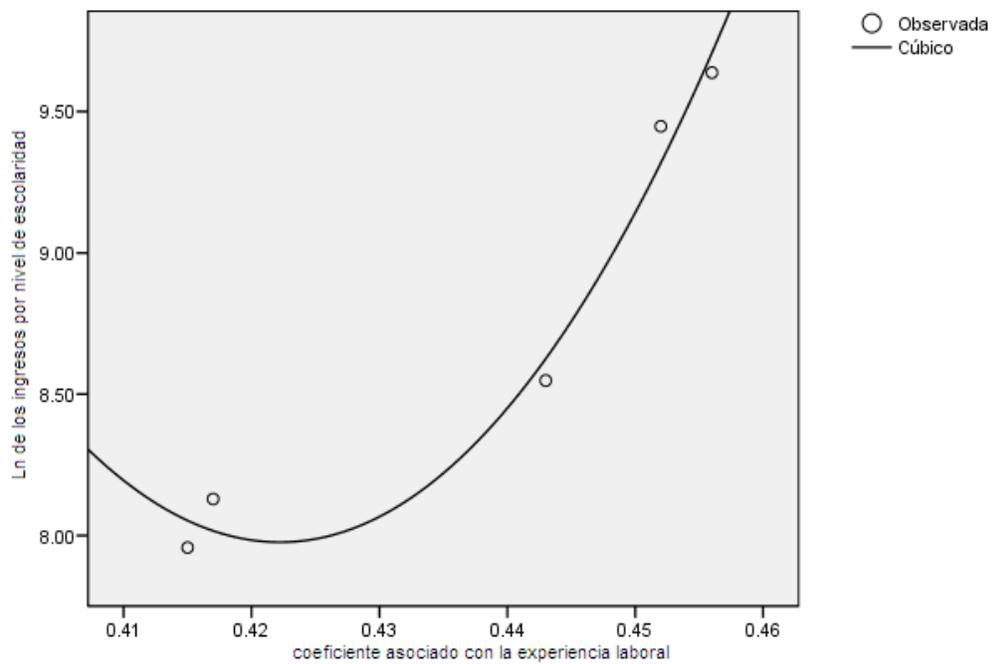
Elaboración propia en SPSS.

Gráfica .4.- Coeficiente asociado a la experiencia laboral vs Ln de los ingresos (cuadrático).



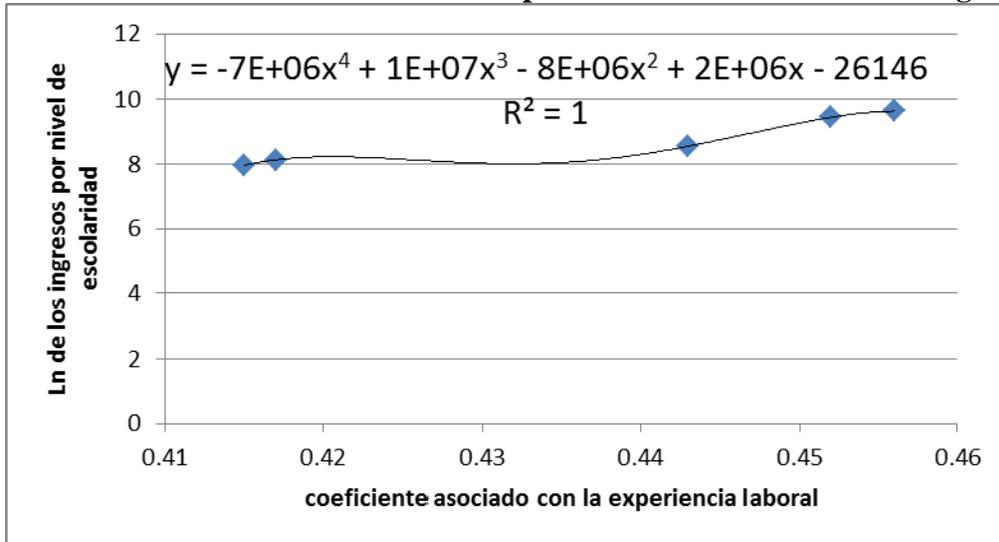
Elaboración propia en SPSS.

Gráfica 5.- Coeficiente asociado a la experiencia laboral vs Ln de los ingresos (cúbico).



Elaboración propia en SPSS.

Gráfica 6.- Coeficiente asociado a la experiencia laboral vs Ln de los ingresos (potencia cuatro).



Elaboración propia en Excel.

Tabla 2- Resumen del modelo y estimaciones de los parámetros

Ecuación	Resumen del modelo					Estimaciones de los parámetros			
	R cuadrado	F	gl1	gl2	Sig.	Constant e	b1	b2	b3
Lineal	.893	25.166	1	3	.015	-7.492	37.188		
Cuadrático	.898	26.466	1	3	.014	.552	.000	42.907	
Cúbico	.979	46.082	2	2	.021	183.570	623.834	.000	1166.498

Elaboración propia cálculos realizados en SPSS .

Como podemos apreciar en la tabla anterior al relacionar el coeficiente asociado a la experiencia laboral con el logaritmo de los ingresos de los individuos para los niveles de educación en cuestión, encontramos que el valor de R cuadrado más altos corresponden al polinomio cúbico y de cuarto grado, tal como se puede apreciar en las gráficas 5 y 6, lo cual nos hace pensar que una forma correcta de encontrar los índices de rentabilidad de la inversión en educación tenga un factor que corresponda precisamente a la experiencia laboral con potencia tres o cuatro.

Por lo que para poder determinar los índices de rentabilidad de inversión en la educación se aplican las fórmulas que a continuación se muestran:

Ejemplo para el caso del índice particular de rentabilidad de la inversión en educación secundaria

$$m_2 = \frac{b_2 - b_1}{E_2} x^4 \dots\dots\dots(1)$$

Ejemplo para el caso del índice social de rentabilidad de inversión de la inversión en educación secundaria

$$m_2 = \frac{b_2 - b_1}{k_2} x^2 \dots\dots\dots(2)$$

Conclusiones

En tales expresiones la experiencia laboral muestra una importante parte del cálculo. Para el caso de la expresión (1) la potencia correspondiente 4, muestra que la experiencia laboral en el transcurso del tiempo incrementa en forma importante los ingresos, potencializando los resultados en el tiempo.

La expresión (2) también denota la importante dependencia del índice de rentabilidad de inversión en educación con la experiencia laboral en el tiempo, sin embargo es de un grado menor en el índice social que en el particular.

La expresión (1) siempre será positiva lo que indica que este índice de rentabilidad siempre crecerá, aún después del máximo que se ilustra en las gráficas anteriores. La expresión (2) da la posibilidad de que decrezca o de que aumente sin embargo siempre presentará un incremento aún después de la edad que se muestra como máximo en las gráfica. Lo que indica, que es la experiencia y no la edad lo que determina ese crecimiento en cualquier edad, y que esta se potencializa con la actualización del conocimiento. Ya que el conocimiento tiene un tiempo de obsolescencia.

Bibliografía

Bosworth, B. (1997). Productivity Growth in Mexico. *Background paper for the World Bank CEM on Mexico: Enhancing Factor Productivity Growth.*

De la Torre, R. (1997). *Desigualdad, Pobreza y Polarización Social en México.* Processed.

Elias, V. J. (1992): *Sourse of Growth: A Study of Seven Latin American Economies.* International Center for Economic Growth.

Hernandez, L. et al (1998). Productividad y Mercado de Trabajo en México. *Background paper for the World Bank CEM on Mexico: Enhancing Factor Productivity Growth.*

Johnson, G. E. (1997). Changes in Earings Inequality: The Role of Demand Shifts. *Journal of economic perspectives*, vol. 11, No. 2 (Spring), pp. 41-54.

Lächler, U (1998). Education and Earnings Inequality in Mexico. *The World Bank Mexico Country Department* July 1998.

- Londoño, J. L. (1996). Poverty, Inequality and Human Capital Development in Latin America, 1950-2025, *World Bank Latin American and Caribbean Studies*, june.
- López, G. (2001). Evolution of Earnings and Rates of Returns to Education in Mexico. *The World Bank Mexico Country Department* October 2001.
- López, G. (1997). Learning Outcomes and School Cost-Effectiveness in Mexico: The Pare Program. *The World Bank Mexico Country Department* 1997.
- Pánuco, H., Laguette, H. y Székely, M. (1996). Income Distribution and Poverty in Mexico, in Victor Bulmer –Thomas, editor, *The New Economic Model in Latin America and its Impact on Income Distribution and Poverty*, St. Martin's Press, New York, pp. 185-222.
- Psacharopoulos, G. et al (1996). Returns to Education During Economic Boom and Recession: Mexico 1984, 1989 and 1992. *Education Economics*, Vol.4, No. 3.
- Ram, R. (1990). Educational Expansion and Schooling Inequality: International Evidence and Some Implications. *The Review of Economics and Statistics*.
- San Segundo, M.J. (2001). *Economía de la Educación*, Editorial síntesis, Madrid.
- Salas, M.V. (2001). *Aspectos económicos de la educación*. Grupo editorial Universitario.
- Schultz, T. P. (1988). Education Investments and Returns. In H. Chenery and T. N. Srinivasan, editors, *Handbook of Development Economics*, vol. I, Elsevier Science Publishers B. V., pp. 543-629.

METODOLOGÍA PARA DEFINIR EL PERFIL DE EGRESO CON BASE A COMPETENCIAS: UNA PROPUESTA PARA LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UMSNH el evento

María López Larrea lopezlarrea@yahoo.com.mx UMSNH
María Ofelia Mendoza Galván ofmega2003@yahoo.com.mx UMSNH

Resumen:

Se desarrolla de forma integral un modelo que permite definir el perfil de egreso con base a competencias, así como la forma de instrumentar la construcción de competencias: genéricas, transversales y específicas. Así mismo cómo evaluarlas, con ello se pretende promover esta técnica para utilizarla para su aplicación en un enfoque regional, dentro de la Región Centro Occidente de la ANFECA, y para ello se requerirá explorar la percepción de necesidades de formación mediante competencias profesionales en poblaciones relacionadas con la prestación de servicios de educación superior: estudiantes, académicos y empleadores, también obtener información cualitativa de estos sujetos, sobre el perfil de referencia de la profesión-carrera expresado en términos de competencias profesionales, Así como identificar propuestas para el mejoramiento del perfil de referencia.

Palabras clave: Competencias educativas, perfil de referencia, competencias genéricas, competencias transversales, competencias específicas, competencias profesionales.

Abstract

Takes place in a comprehensive manner a model that allows you to define the profile of discharge on the basis of competence, as well as how to implement the construction of competencies: generic, transversal and specific. It is intended to promote this technique to use for your application in a regional approach, within the Central West region of the ANFECA, and this will require exploring the perception of training needs through professional skills in people related to the provision of higher education: students, academics and employers, also obtain qualitative information on these subjects on the profession- career reference profile expressed in terms of professional skills As well as identify proposals for the improvement of the reference profile.

Key words:

Educational skills, reference profile, generic skills, cross-cutting skills, specific skills, skills profile.

Desarrollo del trabajo

Concurrimos a este evento para socializar y enriquecer los resultados de una investigación documental, que es un sub-producto del: "Proyecto de Investigación Modelo Pedagógico por Competencias para los Programas Académicos acreditados de la FCCA de la UMSNH". Presentando la metodología para la aplicación en el diseño de competencias mediante la técnica de grupos de enfoque, esperando aplicarla en la Región Centro Occidente de la ANFECA. La tendencia a utilizar el enfoque por competencias en los programas de educación superior ya tiene algunos años y la investigación sobre el tema es muy abundante, sin embargo, son pocas las experiencias en la que participan grupos de académicos de diferentes países, en este trabajo presentamos la experiencia desarrollada bajo el proyecto 6X4 Unión Europea- América Latina y el Caribe (2008): seis carreras, cuatro ejes. Específicamente, profesiones: Medicina, Ingeniería Electrónica, Eléctrica y afines,

Administración, Matemáticas, Historia y Química y cada una de ellas en los 4 ejes de análisis: créditos académicos, evaluación y acreditación, competencias profesionales, y formación para la innovación e investigación; con el objeto de poder introducirlo en el proceso de diseño curricular por competencias en la FCCA de la UMSNH. Estos perfiles beneficiarán a los procesos de homologación y de revalidación de estudios y títulos obtenidos en el extranjero, porque proveen información que facilita la justa valoración de estudiantes y profesionales que solicitan su ingreso a las instituciones de educación para continuar con sus estudios y para el ejercicio profesional. En nuestro caso los perfiles podrían ser utilizados para obtener un perfil por competencias regional: Guanajuato, Colima, Jalisco y Michoacán.

La introducción del enfoque de competencias profesionales en el ámbito educativo responde a una creciente demanda de la sociedad de conocer las capacidades que se desarrollan a través de los diferentes procesos de formación, y por el interés de mejorar la preparación para lograr una mayor pertinencia para incorporarse al ambiente laboral. Esta demanda se basa en los diferentes estudios e investigaciones que se han realizado, tanto en el ámbito académico como en el laboral, sobre las competencias que necesitan los egresados de las universidades para incorporarse al trabajo.

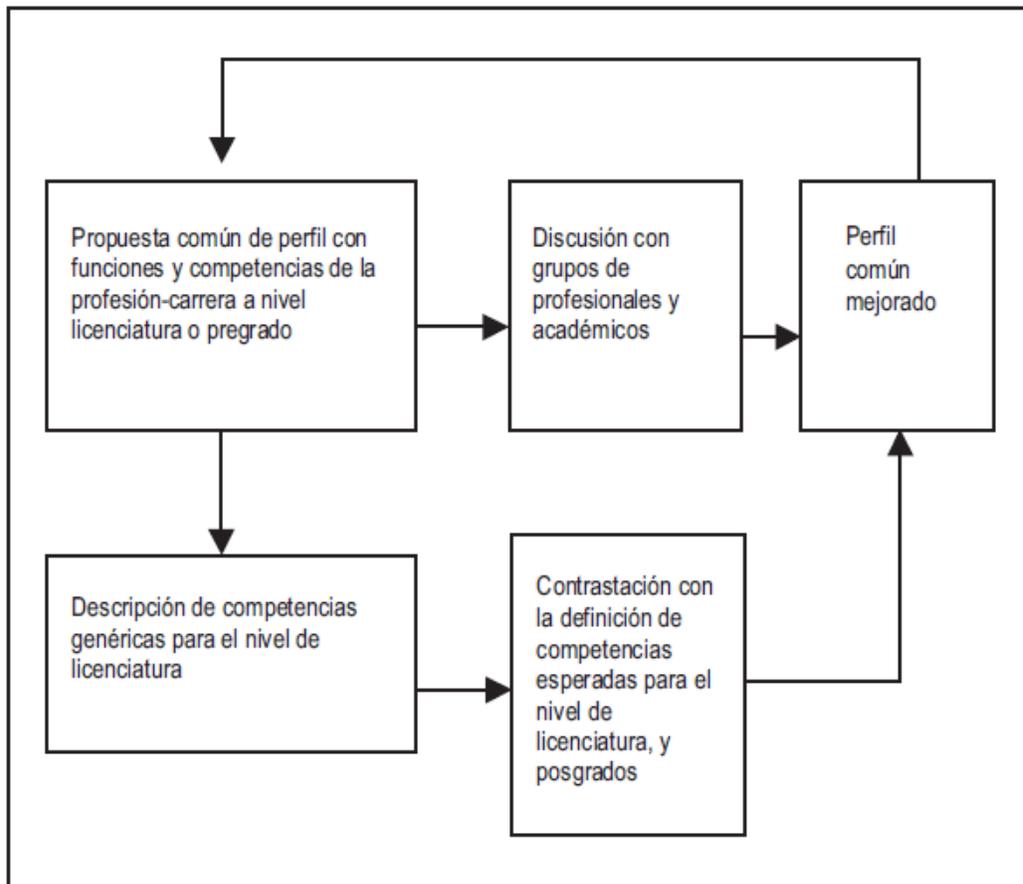
Es importante señalar que los referentes comunes en las competencias y en los criterios de evaluación están orientados a resultados, lo que permite mayor creatividad y flexibilidad en las rutas para adquirir las competencias y aprendizajes, en los diseños de los procesos de formación y en la selección de las estrategias curriculares y pedagógicas.

Las competencias profesionales

El primer paso para incorporar este enfoque es clarificar el concepto mismo de competencia profesional. Una primera aproximación es definirla como la capacidad de un profesional de tomar decisiones, con base en los conocimientos, habilidades y actitudes asociadas a la profesión, para solucionar los problemas complejos que se presentan en el campo de su actividad profesional.

La forma adecuada de afinar el análisis funcional para lograr su pertinencia social es su concertación con grupos de académicos y de profesionales de varios países o en su caso de varios estados tal como lo presentamos en esta ponencia, para identificar ese núcleo básico de identidad profesional alrededor del cual cada institución puede ampliar y especificar su definición según su circunstancia. Sin embargo, esta actualización y refinamiento tiene que abordarse como un ejercicio iterativo donde se busque constantemente la pertinencia de la formación respecto a los cambios en la sociedad y en la propia profesión o disciplina.

Proceso iterativo de refinamiento del perfil de egreso



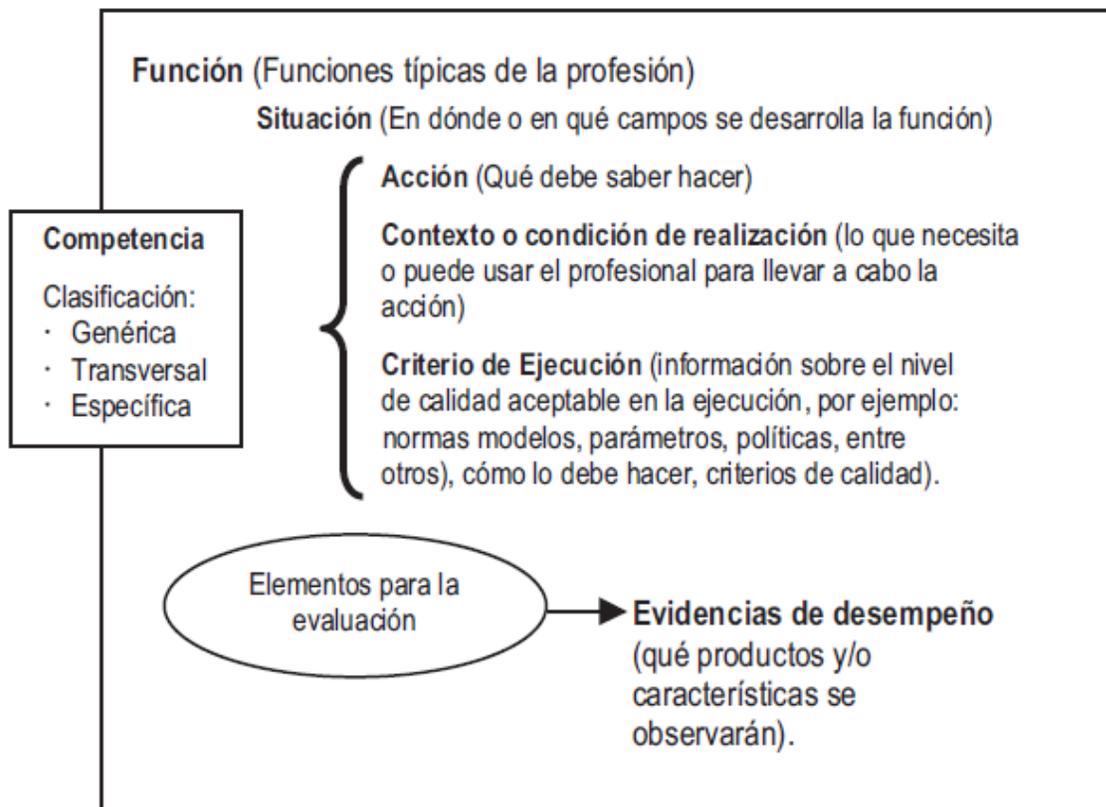
La amplitud de funciones de un profesional puede ser muy grande, sobre todo porque en algunos casos los contextos del ejercicio profesional están determinados por el tipo de organización en la que se desempeña, lo que puede ocasionar que sea difícil llegar a un acuerdo en las definiciones entre las instituciones y programas de varios países. Pero, reconociendo la dificultad de llegar a acuerdos sobre competencias muy específicas, también es claro que hay unas competencias genéricas (que aplican a todas las profesiones), unas transversales (que aplican a una familia de profesiones) y un núcleo básico de competencias (de las profesiones específicas) que dan identidad a la profesión, que aplican para una gran diversidad de situaciones y contextos, y que es necesario identificar para garantizar que están cubiertas dentro del plan de estudios.

Un método de trabajo para describir las competencias profesionales con un enfoque funcional es el siguiente:

Tomar como referente fundamental el perfil de egreso actual de la profesión-carrera de la institución de enseñanza, considerando que para definirlo se llevó a cabo una consulta tanto en el campo académico como en el profesional.

- De acuerdo al perfil de egreso, describir las funciones típicas de la profesión en su país.
- Identificar los problemas y situaciones que típicamente enfrenta el profesionista en el ejercicio de estas funciones.
- Identificar y describir las tareas que necesita llevar a cabo para resolver estos problemas y situaciones en forma adecuada. Describir estas tareas en términos de competencias

- profesionales (acciones, contexto o condiciones en que se esperan se realicen y criterio de calidad de las mismas).
- Clasificar las competencias descritas en:
 - Específicas: competencias propias de la profesión-carrera
 - Transversales: competencias compartidas con la familia de la profesión-carrera
 - Genéricas: competencias compartidas con todas las profesiones-carrera.
 - Identificar y proponer las competencias profesionales que se consideren esenciales para el ejercicio de la profesión y que deberían ser compartidas por el conjunto de instituciones de enseñanza superior.



De forma inductiva, a partir del perfil de egreso del programa se llega a una definición de competencias tanto genéricas, transversales, como específicas que actualmente están presentes en el o los programas de formación de la profesión. Esto nos permite contar con un perfil profesional de referencia para contrastarlo con las expectativas en el campo profesional, con las necesidades de la sociedad y con los perfiles elaborados por otros grupos de académicos en la región.

Para facilitar la descripción y normalizar la forma de expresar las competencias es necesario que se describa cada una de ellas con los siguientes elementos:

El sujeto de la acción	La conducta enunciada por un verbo en tiempo presente	El tema o asunto sobre el que versa la acción	El contexto o condición de realización de la acción	Los criterios de ejecución de la acción o las características del producto de la acción.]
------------------------	---	---	---	---

Por ejemplo, una competencia genérica se expresa de la siguiente forma:

El profesional	desarrolla	juicios o inferencias sobre el valor, cualidades y méritos del objeto de juicio	en el campo de la profesión	con base en procesos de razonamiento y conocimientos actualizados
----------------	------------	---	-----------------------------	---

Con base en el esquema y la forma de expresión descritos se construirá el perfil de referencia, en primer término se explicitará al profesional de la profesión-carrera como el sujeto de las competencias, presentando primero las competencias genéricas, en segundo lugar las transversales y por último las específicas, como se muestra a continuación:

<p>PERFIL DE REFERENCIA DE [NOMBRE DE LA PROFESIÓN CARRERA]</p> <p>El profesional en [nombre de la profesión –carrera]</p> <p>Competencias genéricas</p> <p>Conducta, tema o asunto, contexto o condición, criterios de ejecución</p> <p>Conducta, tema o asunto, contexto o condición, criterios de ejecución</p> <p>...</p> <p>Competencias para la investigación e innovación</p> <p>Conducta, tema o asunto, contexto o condición, criterios de ejecución</p> <p>Conducta, tema o asunto, contexto o condición, criterios de ejecución</p> <p>...</p> <p>Competencias transversales</p> <p>Conducta, tema o asunto, contexto o condición, criterios de ejecución</p> <p>Conducta, tema o asunto, contexto o condición, criterios de ejecución</p> <p>...</p> <p>Competencias específicas</p> <p>Conducta, tema o asunto, contexto o condición, criterios de ejecución</p> <p>Conducta, tema o asunto, contexto o condición, criterios de ejecución</p> <p>...</p>
--

La importancia de contar con criterios comunes de ejecución se reflejará posteriormente en los procesos e instrumentos de evaluación que servirán no sólo para los procesos educativos formales y tradicionales para adquirir las competencias y aprendizajes, sino también para aquellos no tradicionales como la educación a distancia o virtual, el aprendizaje autónomo y la experiencia laboral.

Niveles de dominio de la competencia

En el modelo para educación por competencias consideraremos el diseño curricular y la pedagogía, aunque también tendrá impacto en la organización de la universidad, en el perfil del estudiante, en el trabajo académico del estudiante, y en el entorno y medios para las experiencias de aprendizaje, como pueden ser las tecnologías de información, los laboratorios y talleres y los recursos bibliográficos y documentales.

El insumo para desarrollar un programa específico o un continuo de educación superior por competencias es expresar el perfil de egreso en competencias y, posteriormente, desglosarlas por niveles de dominio.

NIVELES DE DOMINIO					
Competencias	Novato Desarrollo inicial				Experto Desarrollo avanzado
Competencia 1					
Competencia 2					
Competencia ..					
Competencia n					

El insumo para desarrollar un programa específico o un continuo de educación superior por competencias es expresar el perfil de egreso en competencias y, posteriormente, desglosarlas por niveles de dominio.

En términos generales, en las descripciones de las competencias podemos identificar tres dimensiones que se desarrollan progresivamente a través de la formación:

- Complejidad
- Reflexión
- Autonomía

- *Complejidad*: La complejidad es un tejido de eventos, acciones, interacciones, retroacciones, determinaciones y azares, de constituyentes heterogéneos inseparablemente asociados que forman nuestro mundo fenomenológico.

Solemos designar como compleja la situación en que intervienen numerosas y cambiantes variables de muy distinto género: el grado de heterogeneidad y la variabilidad de esos factores se consideran ahí determinante del nivel de complejidad. De acuerdo con Luhman, es complejo un conjunto selectivo (selección por un sistema) de elementos en que no es ya posible identificar o establecer todas las relaciones entre los elementos (que pueden ser actuales, pasados, futuros, del tipo mundos posibles).

- *Reflexión*: Lonergan nos dice que la reflexión sobre un curso de acción tiende más allá de sí misma hacia una decisión. Desemboca en la conclusión de que yo debo actuar o no actuar de una manera dada.

La reflexión ocurre porque la autoconciencia racional exige conocer lo que nos proponemos hacer y las razones que tenemos para hacerlo. Su duración normal es el lapso de tiempo necesario para conocer la naturaleza del objeto del acto propuesto y para persuadirse a sí mismo a tener disposición de ejercer el acto. La reflexión es lograr una reelaboración sistémica de un proceso u objeto que posibilite la orientación del sujeto en su relación con él mismo o con la realidad que la circunda. Es poner a funcionar todos los procesos del pensamiento en función de la comprensión de un fenómeno (Giovanni Villalón). Es un “volverse dentro de sí” para conocer, interpretar, analizar o aclarar y decidir.

- *Autonomía*: De acuerdo con Kant, es la capacidad de la persona para decidir de acuerdo a sus propios principios producto de sus procesos reflexivos y de su revisión crítica de las leyes externas. La acción humana tiene la posibilidad de ser determinada a actuar por el principio de la acción en sí mismo, es decir, por una imagen moral del mundo.

Para retomar estas ideas, tomemos algún ejemplo de las competencias como es: la capacidad de plantear y desarrollar proyectos de investigación con calidad profesional y que lleve a resultados originales. En el gráfico se plantea un desarrollo continuo de las dimensiones de la competencia, pero para facilidad de la explicación se han escogido tres niveles de desarrollo. Como observamos, la condición de ejecución de obtener resultados originales se cumple en etapas intermedias del desarrollo de la competencia y no en etapas iniciales.

Desarrollo inicial	Desarrollo intermedio	Desarrollo avanzado
<i>Complejidad</i> 		
Identificar variables y sus relaciones	Identificar nuevas relaciones	Identificar nuevas variables y nuevas relaciones
En un área disciplinar y profesional	En varias áreas disciplinares y profesionales	En nuevas áreas disciplinares y profesionales
<i>Reflexión</i> 		
Explicaciones	Argumentaciones	Insight
<i>Autonomía</i> 		
Dirigido	Dirigido con algún grado de autonomía	Autónomo

La evaluación por competencias

Un sistema de evaluación basado en competencias se basa en el conjunto de evidencias sobre el desempeño o acción del individuo que muestran si se logran los criterios especificados en las competencias profesionales. Las evidencias pueden ser directas o indirectas. Las directas se refieren al desempeño en sí mismo que se verifica mediante la observación y se valora con listas de cotejo en donde están descritos los elementos a observar y las características que deben tener estos elementos. Las indirectas son los resultados o productos que se valoran contra los estándares o criterios de la competencia.

Aunque las evidencias no forman parte de la competencia en sí misma, es importante incorporarlas en la descripción de la competencia porque sirven para diseñar las evaluaciones y asegurar que contengan los elementos descritos en ella. Para facilitar la descripción de las evidencias se deben incorporar a continuación de la competencia, como se muestra en el siguiente esquema:

El sujeto de la acción	La conducta enunciada por un verbo	El tema o asunto sobre el que versa la acción	El contexto o condición de realización de la acción	Los criterios de ejecución de la acción o las características del producto de la acción.
<p>Describir el desempeño esperado caracterizando los grados de autonomía, complejidad y reflexión. La(s) evidencia(s) de desempeño o producto.</p> <p>Las evidencias no forman parte de la competencia, son importantes para la evaluación.</p>				

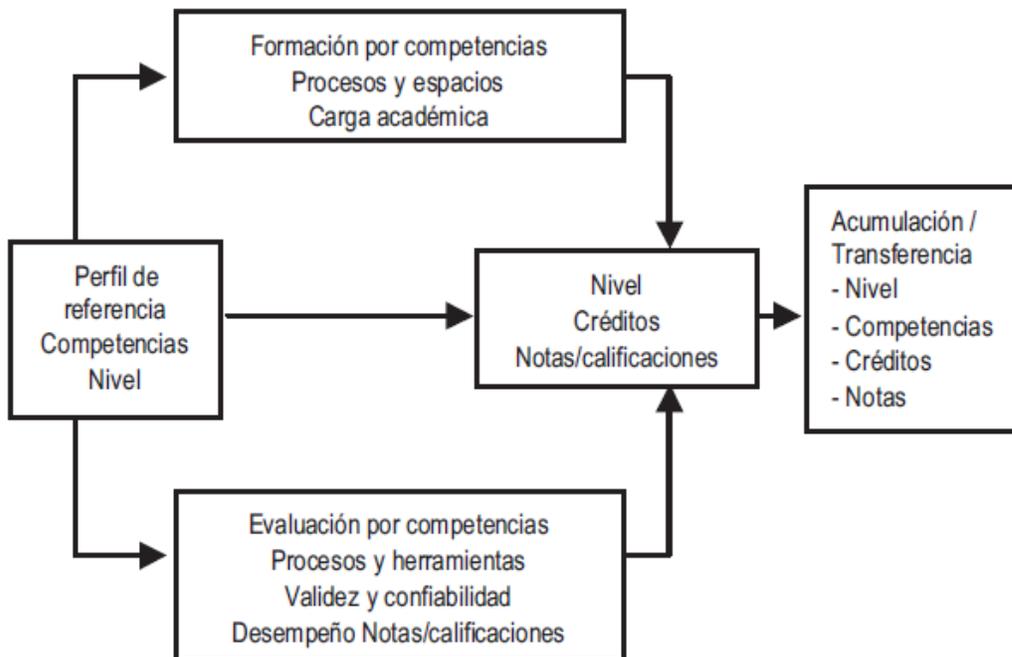
De forma completa el ejemplo de la competencia genérica que se presentó quedaría así:

El profesional	desarrolla	juicios o inferencias sobre el valor, cualidades y méritos del objeto de juicio	en el campo de la profesión	con base en procesos de razonamiento y conocimientos actualizados
<p>Solidez en la argumentación. Consistencia contra el estándar o referente utilizado.</p>				

CONCLUSIONES

RESUMIENDO: EN EL SIGUIENTE DIAGRAMA SE PRESENTAN LOS ELEMENTOS QUE DEBERÁN CONSIDERAR CUANDO SE INTRODUCE EL ENFOQUE POR COMPETENCIAS Y LOS DOS GRANDES PROCESOS QUE SON PARALELOS PERO DEBEN SER CONGRUENTES ENTRE SÍ: LOS PROCESOS DE FORMACIÓN Y DE EVALUACIÓN:

Relación entre el perfil de egreso, los procesos de formación y evaluación y acreditación de los estudios realizados.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIBROS:

ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE UNIVERSIDADES. (2008). PROPUESTAS Y ACCIONES UNIVERSITARIAS PARA LA TRANSFORMACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN AMÉRICA LATINA INFORME FINAL DEL PROYECTO 6X4 UEALC. BOGOTÁ, D.C. ASCUN.

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO (2010). *MODELO EDUCATIVO NICOLAITA*. MÉXICO: IMPRESIONARTE S.A. DE C.V.

FUENTES ELECTRÓNICAS

FFCC Y CS. ADVAS. UMSNH (2011). *PLANES DE ESTUDIO*. MÉXICO. RECUPERADO 1 DE JULIO DE 2011, DE: [HTTP://WWW.FCCA.UMICH.MX/PLANES.PHP](http://www.fcca.umich.mx/planes.php)

ÁREAS DE OPORTUNIDAD DE LA ENSEÑANZA VIRTUAL EN LA U.M.S.N.H, AL CONOCER LA OFERTA EDUCATIVA EN MICHOACÁN

Arturo Pantoja Ayala arturopantojaayala@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Mauricio A. Chagolla Farías gladiador_zeus@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Andrea Araceli Farías Olvera andyfarias14@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

Más allá del ámbito de las instituciones educativas, las características de los usuarios de Internet en México los presentan como un sector de la población joven, con educación media superior y superior, empleado, habitante de espacios urbanos, que accede a Internet preferentemente desde su casa o desde el trabajo, más de tres veces al día por lo menos dos horas, para buscar e intercambiar información.

Este artículo presenta los resultados de una revisión, de las opiniones de diversos autores, referidas a la temática de la evaluación de los aprendizajes en la Educación a Distancia, particularmente la evaluación en línea. Se consideran definiciones de la evaluación y la importancia de sus propósitos, formativo y sumativo.

Así mismo reflexionamos sobre el papel del Tutor en el desarrollo del aprendizaje del alumno y el papel que juegan las instituciones educativas, sobre todo en el modelo de la Universidad Virtual del Estado de Michoacán

Palabras clave: Tutor, línea, virtual, modelo, gestión.

Abstract

Beyond the scope of educational institutions, the characteristics of Internet users in Mexico, presented as a sector of the young population with secondary and higher education, employee, resident of urban spaces, preferably accessing the Internet from home or from work, more than three times a day for at least two hours to find and exchange information.

This article presents the results of a review of the opinions of various authors, referring to the issue of assessment of learning in distance education, particularly the online assessment. Definitions are considered the importance of evaluation and its purposes, formative and summative.

Also reflect on the role of the Tutor in the development of student learning and the role of educational institutions, especially in the model of the Virtual University of the State of Michoacán

Key words: Tutor, online, virtual, model, management

Introducción

El número de usuarios de Internet en México ha experimentado un crecimiento sostenido: de 7,4 millones en el año 2000 pasó a 10 millones en el año 2002, y a fines del 2003 el número fue de más de 12 millones de usuarios⁷; para fines del 2006 se estima que serán alrededor de 18 millones. Con este ritmo de crecimiento a principios del 2004 más del 10 por ciento de la población del país será usuaria de Internet.

Partiendo de la afirmación de que en cualquier modalidad instruccional es necesaria una estrecha relación entre la enseñanza, el aprendizaje, y la evaluación, se presentan algunas definiciones que ayudan a comprender esos procesos cuando la modalidad es en línea. Se dedica mayor atención a las características de la evaluación en línea, y se toman en cuenta sugerencias para el diseño de tareas de evaluación en línea, así como para su calificación. Se incluyen aspectos relativos la automatización de la evaluación en línea, y a diferentes tipos de herramientas para evaluar los aprendizajes de los alumnos.

Antecedentes:

La Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo tiene como antecedentes más recientes en el **CIE** (Coordinación de Innovación Educativa) como ejemplo: en la Facultad de Químico Farmacobiología, “El CIE, tiene a bien nunca olvidar la responsabilidad con el futuro de la UMSNH referida a su rica historia, en su presente hace las acciones de gestión del futuro para mantener los valores nicolaitas vivos en el siglo XXI.

El nacimiento del CIE, podemos desdoblarlo en su corta historia en los antecedentes de discusión conceptual, gestión de infraestructura, formación del cuerpo de profesionales adscritos e instrumentación de los programas del Sistema Tutorial Inteligente: cursos-talleres; asesoría presencial de tesis y escolar; investigación educativa; divulgación de la ciencia y la tecnología; vigilancia documental de la política de la educación superior, formación de profesores; certificación ISO; espacio digital de la cultura y las artes; digitalización y difusión de obras patrimonio Nicolaita..... (Recuperado el 22 de octubre de 2010 <http://dieumsnh.qfb.umich.mx/MEMORIA/....>)

La Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo consciente de su legado histórico y su responsabilidad de dar respuesta a la nueva realidad del siglo XXI y a las demandas sociales y científicas de este mundo globalizado, ha implementado procesos de innovación educativa, apoyándose en las tecnologías de la información y comunicación a fin de realizar cambios sustanciales, integrados con expectativas de transformar y modernizar el conglomerado social con valores personales y profesionales. Para facilitar el logro de estos elevados objetivos implementó la modalidad de Educación Abierta y a Distancia desde 1998.

Definición de la situación actual de la Educación Virtual en la UMSNH

La Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo **actualmente cuenta con la Coordinación General de Educación a Distancia; la Universidad Virtual Nicolaita** cuenta con varios nodos dentro del Estado de Michoacán, actualmente esta variante educativa se distingue por contar con una misión y visión de Universidad Humanista Virtual, congruente con la revolución científica y

tecnológica impulsada por la sociedad del conocimiento, la economía del saber, así como las fuertes interacciones supranacionales de carácter cultural, político y comercial

- El SUVIN es acrónimo de Sistema Virtual Universitario Nicolaita.
- Consiste en un conjunto de Herramientas que tienen como funcionalidad establecer un medio de comunicación entre usuarios en diferentes lugares físicos.
- Plataforma que tiene como finalidad establecer un medio de comunicación entre alumnos y maestros de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo para compartir conocimiento



El modelo educativo y los recursos educativos llegan a otras partes desde el nodo central en Morelia, así los alumnos y profesores interactúan, aprenden y crecen en conocimiento a través de los distintos nodos nicolaitas dentro del estado y que son:

- a) Uruapan
- b) Zitácuaro
- c) Lázaro Cárdenas
- d) Huetamo
- e) Cd. Hidalgo
- f) Coalcomán
- g) Cuitzeo

Que **solo se ha limitado** a la Educación del Sistema Abierto, Educación a Distancia en las Facultades de Contaduría y Ciencias Administrativas y de Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. Y de la Facultad de idiomas

Justificación de este trabajo

El entorno educativo del Estado de Michoacán del nivel medio superior y superior, no solo se debe de centrar en un solo tipo de educación como actualmente la mayoría de los estudiantes eligen como lo es la educación presencial, se debe de dar a conocer los diferentes modos como son la Educación del Sistema Abierto, Educación a Distancia y en caso concreto la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo debe de aprovechar su plataforma de las nuevas tecnologías de información y comunicación para ofertar nivel medio superior y superior de manera TOTALMENTE VIRTUAL

Objetivo general:

Conocer el modelo educativo de la **Universidad Virtual del Gobierno del Estado**, que oferta Nivel Bachillerato, Licenciatura y Posgrado, y comparar con la Oferta educativa que actualmente tiene la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, con el fin de proponer el aprovechar las nuevas tecnologías de información y comunicación, acercando una opción a los estudiantes que deseen continuar con su preparación académica, de forma TOTALMENTE VIRTUAL no solo en nivel licenciatura sino también en Bachillerato, y posgrado.

Base teórica

La educación en línea

Partiendo de la consideración de que en cualquier modalidad instruccional es necesaria una estrecha relación entre la enseñanza, el aprendizaje y la evaluación, se presentan a continuación algunas definiciones que ayudan a comprender esos procesos cuando la modalidad es en línea.

Ko y Rossen (2001) ofrecen una definición muy sencilla de la enseñanza en línea:

... es una forma de educación a distancia, un proceso que incluye cursos dictados a través de correo electrónico, video, o conexión vía teléfono o TV por satélite – cualquier forma de aprendizaje que no implique la clase tradicional en la cual los estudiantes y el instructor deben estar en el mismo lugar al mismo tiempo. (p. 2)

Añade Salmon (2002) que la enseñanza en línea se fundamenta en la Comunicación mediada por el computador (CMC), y que "...la CMC sirve a la gente en casi cualquier lugar, porque los participantes sólo necesitan tener acceso a un computador, una conexión de red y clave, un modem y una línea de teléfono para participar". (p.16)

En cuanto al aprendizaje en línea, Weller (2000, p.p. 64-75) señala sus fundamentos:

- Constructivismo
- Aprendizaje basado en recursos
- Aprendizaje colaborativo
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje situado

Por su parte, Kearsley (2000, p.p. 4-10) menciona las características de la educación en línea:

- Colaboración
- Conectividad
- Centrado en el estudiante
- Sin límites de lugar y tiempo
- Comunidad
- Exploración
- Conocimiento compartido
- Experiencia multisensorial
- Autenticidad

Algunas de esas características ocasionalmente se evidencian en la situación tradicional de educación, pero en conjunto constituyen una nueva forma de enseñanza y de aprendizaje que implica importantes cambios en la forma como se diseñan y desarrollan esos procesos.

Todas esas facilidades deben aprovecharse también para la evaluación en línea, cuyo diseño y desarrollo deben ser coherentes con todos los aspectos señalados anteriormente para la enseñanza y el aprendizaje.

El rol del tutor

Se concibe la función tutorial como “la relación orientadora de uno o varios docentes respecto de cada alumno en orden a la comprensión de los contenidos, la interpretación de las descripciones procedimentales, el momento y la forma adecuados para la realización de trabajos, ejercicios o autoevaluaciones, y en general para la aclaración puntual y personalizada de cualquier tipo de duda” (Valverde y Garrido, 2005).

Así mismo el rol que desempeñe el profesor como tutor virtual será fundamental para garantizar la calidad y eficacia del proceso formativo realizado a través de la red. Se puede distinguir cinco roles básicos a desempeñar por los tutores: el rol pedagógico, social, de dirección, técnico y orientador (Llorente:2006, Edutec).

De lo anterior, se ha derivado 5 funciones principales del tutor virtual, a saber:

1. Función Académica
2. Función Social
3. Función Organizativa
4. Función Orientadora
5. Función Técnica

Las cuales vamos a describir cada una de ellas.

1) Función académica:

El Tutor deberá:

- Dar información, extender, clarificar y explicar los contenidos presentados
- Supervisar el progreso de los estudiantes y revisar las actividades realizadas

2) Función Social:

- Dar la bienvenida a los estudiantes que participan en el curso en red.
- Facilitar la creación de grupos de trabajo

3) Función organizativa:

- Establecer el calendario del curso en general, por módulos, entrega de tareas, y seguimiento de las diferentes actividades de comunicación.
- Establecer fechas y horarios para los chats y los foros.

4) Función orientadora:

- Facilitar técnicas de trabajo intelectual para el estudio en red.
- Dar recomendaciones públicas y privadas sobre el trabajo y la calidad de trabajo que se está desarrollando en red.

5) Función técnica:

- Asegurarse de que los estudiantes comprendan el funcionamiento técnico de la plataforma educativa.
- Dar consejos y apoyos técnicos.

Los problemas comunes de la actividad tutorial

La función tutorial intrínseca a la función docente necesita superar las dificultades que se presentan al desempeñar roles aparentemente contradictorios. Se requiere equilibrio entre la acción instructiva y el mantenimiento de una postura afectiva positiva. A continuación se enumeran brevemente las dificultades más usuales con las que se encuentran tanto los tutores noveles como, a veces, los más experimentados.

Cuadro . Dificultades con las que se encuentra el tutor (De Serrano y Olivas, 1.989)

Sector	Dificultad
Respecto a la propia acción tutorial	<ul style="list-style-type: none"> - No estar bien definida la actividad tutorial. - Conjugar en una sola persona la autoridad, seriedad y disciplina de la actividad puramente docente con la comprensión y amistad de la actividad tutorial. - Falta de planificación de esta actividad en el ámbito de la actuación de cada tutor. - Falta de tiempo para esta actividad. - En algún caso, falta de lugar apropiado.
Respecto al tutor	<ul style="list-style-type: none"> - Conceder los profesores más importancia a la instrucción de los alumnos que a su educación. - Volcarse sólo en la instrucción de los alumnos debido a presiones de los padres y de la sociedad. - Falta de preparación. - Dificultades personales para ser tutor.
Respecto al alumno	<ul style="list-style-type: none"> - Dificultad de conocer a fondo la personalidad humana. - Dificultad en el tratamiento de ciertos problemas: sexualidad, inadaptaciones, complejos... - Dificultad al encontrarse con alumnos cuya problemática excede, a veces, a la acción tutorial.
Respecto a los profesores	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de colaboración entre los tutores. - Desconocimiento y desinterés por la acción tutorial. - Ausencia de trabajo en equipo.
Respecto a los padres	<ul style="list-style-type: none"> - Conceder más importancia a la instrucción de sus hijos. - Falta de colaboración e interés. - Actitud negativa hacia el centro.
Respecto al centro	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de apoyo e interés por parte de la dirección. - Ausencia de planificación de esta actividad en el centro

Como evaluar en la educación en línea

Benítez (2006) describe dos de las metodologías más aplicadas para evaluar las competencias.

- a) Las tablas descriptivas: consisten en párrafos que describen las conductas observables en cada nivel de dominio de la competencia en orden ascendente. Para cada competencia se determina, según el puesto, en qué nivel se debe poseer la competencia y se compara con el nivel en que se ubica al empleado que ocupa dicho puesto.
- b) Los Indicadores de dominio: consisten en frases cortas que describen conductas observables y que, en conjunto, permiten evaluar el dominio de la competencia determinando qué nivel tiene la persona en cada uno de todo el conjunto de indicadores. Los niveles son: A (satisface plenamente o supera las exigencias del puesto), B (satisface las exigencias mínimas) ó C (requiere entrenamiento formativo para alcanzar el desempeño requerido). A partir del nivel de cada uno de todos los indicadores de la competencia se asigna una puntuación. Esta se compara con lo esperado y se clasifica la brecha como pequeña, moderada, considerable o crítica. La brecha aceptable es menor en competencias importantes para el puesto que en las competencias complementarias.

La oferta educativa en el estado de Michoacán

Entre otros se consideran los siguientes:

El colegio de bachilleres cuenta con el Centro de Educación Virtual del Colegio de Bachilleres de Michoacán, la Universidad Vasco de Quiroga tiene licenciaturas en línea, el Instituto Tecnológico de Morelia cuenta con el ESAD , Educación Superior Abierta y a Distancia, la Universidad Virtual del Estado de Michoacán entre otros

Conociendo el Modelo Educativo de esta propuesta (UNIVIM)

Ahora comentemos el modelo educativo de la universidad virtual del estado de Michoacán, que dentro de sus principales objetivos es aprovecha la evolución de las TÍCS para acercar a los alumnos a la enseñanza media superior y superior:

El modelo de la UNIVIM está basado en:

- a) El aprendizaje situado
- b) Un modelo de desarrollo curricular
- c) Modelo de atención
- d) Gestión del aprendizaje

El aprendizaje situado

Es entonces el aprendizaje situado, un aprendizaje de conocimiento y habilidades, en el contexto, que se aplica a situaciones cotidianas reales. Este aprendizaje tiene lugar en y a través de la interacción con otros, en un contexto de resolución de problemas que es auténtico, más que descontextualizado. El aprendizaje se produce a través de la reflexión de la experiencia, a partir del diálogo con los otros y explorando el significado de acontecimientos en un espacio y tiempo margen, como por ejemplo, el contexto.

El aprendizaje situado es:

- a. Un aprendizaje social más que un aprendizaje individual.
- b. Un aprendizaje basado en herramientas más que un aprendizaje independiente de herramientas.
- c. Un aprendizaje ocupado en los objetos más que un aprendizaje dependiente de símbolos.
- d. Un aprendizaje basado en una situación específica más que un aprendizaje teórico.

Un modelo de desarrollo curricular

Un modelo que plantea que los contenidos curriculares deben estar orientados hacia el desarrollo de las aptitudes y habilidades del alumno, en términos del ser, saber ser, saber convivir y desarrollar una postura crítica ante situaciones relacionadas con la realidad social; en fin, pretender la formación de alumnos con las capacidades que le permitan la construcción de su propio conocimiento, su autonomía personal y político-social.

En este sentido entendemos como al curriculum como un proyecto educativo integral con carácter de proceso en un contexto histórico social, condición que le permite rediseñarse sistemáticamente en función del desarrollo social, progreso de la ciencia y necesidades que se traduzcan en la educación de la personalidad del ciudadano que se aspira a formar y que expresa las relaciones de interdependencia.

Modelo de atención

Aunque prioritariamente se ofrecerán los programas educativos en línea, no se niega la posibilidad de atender en modelos complementarios (modalidad mixta), por ejemplo potenciar la atención en línea con sesiones presenciales o viceversa, potenciar la atención presencial con entornos virtuales o en línea, dependiendo del programa que se trate y de las posibilidades de la flexibilidad del diseño curricular; en el caso concreto del bachillerato se ofrecerá bajo dos modalidades: Presencial con apoyos virtuales y en línea con apoyo de sesiones presenciales, por citar un ejemplo más. Son los roles de Tutor, estudiante y Líder del programa

Gestión de aprendizaje

La gestión del aprendizaje es una obra que refleja el quehacer educacional de los educadores que tienen la responsabilidad de formar al ser humano en la sociedad del conocimiento, bajo la óptica de la educación crítica reflexiva que permita al estudiante insertarse en la sociedad y demostrar sus competencias de vida impulsadas desde la Universidad.

¿Y las instituciones educativas qué?

Una importante estructura de apoyo en este sentido, sería que las propias instituciones se constituyan en redes de colaboración, situación que ayudaría para que existieran las condiciones y apoyos requeridos por los estudiantes, a la vez que se van creando la plataforma que posibilite la movilidad estudiantil, criterios curriculares más flexibles y sistemas de créditos compartidos.

La propuesta que anima esta presentación consiste en que con base en una estrategia de comunidades y redes de aprendizaje, vayamos poniendo los cimientos de una sociedad que aprenda a convivir en un ambiente de paz, diversidad, sostenibilidad, justicia y felicidad. Yo estoy seguro que en esto, la educación a distancia tiene mucho que aportar.

Más allá del respeto y la tolerancia, la diversidad enriquece las relaciones en una comunidad de aprendizaje, debe también caracterizar la relación entre comunidades que se integran en redes con el propósito de aprender juntos. En el mismo sentido, son deseables las relaciones entre comunidades de diferente tipo con propósitos culturales, ambientales, artísticos, de salud o cualquier finalidad, que esencialmente son también comunidades y redes sociales que están aprendiendo en su búsqueda y lucha permanente por vivir y convivir mejor.

Conclusiones

Ahora hemos conocido el modelo la UNIVERSIDAD VIRTUAL, que presenta el gobierno del estado de Michoacán y nos permitió conocer parte de la oferta educativa existente en el Estado de Michoacán podemos señalar que:.

- Podemos considerar que el nuevo modelo educativo virtual está plenamente implantado, soportado tanto desde su perspectiva tecnológica como didáctica, y su uso se irá incrementando en los próximos años. Concretamente, en el caso de la enseñanza superior en nuestro país, prácticamente todas las Universidades públicas y privadas o bien imparten cursos virtuales en la actualidad o bien han iniciado o realizado ya distintos proyectos en el área de la teleformación.
- En la educación virtual el aprendizaje está centrado en el alumno y su participación activa en la construcción de conocimientos le asegura un aprendizaje significativo. Los profesores (tutores) ya no centran su trabajo docente en exposiciones orales de los contenidos de los libros; ahora asumen que los estudiantes pueden leer estos contenidos, y por lo tanto conciben la clase como un espacio para estimular el trabajo colaborativo y autónomo.
- En la actualidad decenas de instituciones tanto públicas como privadas están desarrollando y ofreciendo programas de educación virtual.
- A medida que la enseñanza virtual vaya penetrando la educación superior, las universidades se verán obligadas a introducir reformas que les permitan sobrevivir en un mercado global, tales como: disminuir su planta de docentes, reducir su infraestructura física, disminuir los costos de la investigación y cobrar muchos servicios de apoyo, eliminar la estabilidad de los docentes, y evaluar su desempeño con criterios económicos.

- En el caso concreto de la UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLAS DE HIDALGO, es una área de oportunidad el poder aprovechar la plataforma del Sistema Universitario Virtual Nicolaita (SUVIN) en la que no solo podrá impartir la modalidad de Educación a Distancia y Educación Abierta; con un **Modelo adecuado bajo la Normatividad Universitaria** se puede ofertar una EDUCACIÓN TOTALMENTE VIRTUAL, a nivel Bachillerato, licenciatura y posgrado.

Referencias Bibliográficas

- Benitez, J.(2006). Medición, evaluación y diagnóstico de competencias. Accesado el 21 de febrero de 2006 en www.gestiopolis.com/canales5/rrhh/medivay.html
- Kearsley, G. (2000). Online Teaching. Canadá: Wadsworth
- Ko, S. y Rossen, S. (2001). Teaching Online. USA: Houghton Mifflin Co.
- Llorente Cejudo, Ma. Del Carmen (2006). El tutor en E-learning: aspectos a tener en cuenta. Revisar en : <http://edutec.rediris.es/Revelec2/revelec20/llorente.htm> (25/04/07)
- Salmon, G. (2000). *E-Moderating*. London: Kogan Page.
- SERRANOS, G. y OLIVAS, A. (1989): **Acción tutorial en grupo**. Escuela Española. Madrid.
- Valverde, J., y Garrido, M.C. (2005). La función tutorial en entornos virtuales de aprendizaje: comunicación y comunidad. En Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa, Vol. 4, nº 1. <http://158.49.119.99/crai/personal/relatec/VOL4_1/valverdegarrido.pdf> (28/04/07)
- Weller, M. (2002). Delivering Learning on the Net. London Page.
- Recuperado el 15 de octubre de 2010, http://www.uib.es/depart/gte/edutec-e/revelec18/barron_18.pdf
- Recuperado el 15 de octubre de 2010 <http://www.um.es/ead/red/M6>
- Recuperado el 15 de octubre de 2010 <http://www.salvador.edu.ar/vrid/.../ElroldeltutorvirtualPagano.doc>
- Recuperado el 15 de octubre de 2010 <http://www.mailxmail.com/curso-tutoria-ensenanza-concepto-aplicacion/accion-tutorial-dificultades-practica>
- Recuperado el 18 de octubre de 2010 http://univim.michoacan.gob.mx/moodle/file.php/3/Modelo_educativo.pdf
- Recuperado el 18 de octubre de 2010 <http://www.monografias.com/trabajos24/educacion-virtual/educacion-virtual.shtml#modelolinea>
- Recuperado el 18 de octubre de 2010 <http://mail.udgvirtual.udg.mx/biblioteca/bitstream/123456789/180/1/XEI-Comunidades.pdf>

- Recuperado el 21 de octubre de 2010 http://201.144.34.3/moodle_usa/
- Recuperado el 21 de octubre de 2010 <http://uvaq.edu.mx/index.php/educacion-a-distancia.html>
- Recuperado el 21 de octubre de 2010 <http://www.abiertayadistancia.sep.gob.mx/>
- Recuperado el 15 de octubre de 2010
<http://www.univirtual.umich.mx/mensaje%20coordinador.htm>
- Recuperado el 22 de octubre de 2010 <http://univim.michoacan.gob.mx/>
- Recuperado el 22 de octubre de 2010 <http://dieumsnh.qfb.umich.mx/MEMORIA/>

REALIDAD VIRTUAL, LENGUAJE PARA LA EDUCACIÓN

Alejandro Guzmán Mora gmoralex@gmail.com
UMSNH

Facultad de Arquitectura

Resumen:

Las tecnologías de la información y sus plataformas, condiciona la manera de ver hoy en día a la educación, en virtud del impacto de estas sobre los usuarios de los sistemas digitales, hoy se deja atrás las formas doctrinales de impartir clase, hoy se entra al habitat digital, que conforma nuevas estructuras sociales, y en ella como parte de un todo, la educación esta inherente a sus redes, si esas redes que configuran espacios en los no lugares, lugares de creación, sin límites corpóreos.

Pensar en educación es pensar en educación virtual y sus aplicaciones por medio de las múltiples aplicaciones de sus plataformas (comerciales o de libre acceso), sin duda este medio digital favorece al desarrollo académico y va en concordancia con las necesidades sociales que demanda los alumnados de estos tiempos posmodernos y sus configuraciones producto del turbo capitalismo.

Palabras clave: Educación, Realidad virtual, plataformas digitales, posmoderno, turbo capitalismo

Abstract

Information technologies and platforms, determines the way we view today for education, under the impact of these on the users of digital systems, today left behind doctrinal forms teach, now enters the digital habitat, which forms new social structures, and in it as part of a whole, education is inherent in their networks if those networks that make up spaces in non-places, places of creation, without corporeal limits.

Think education is online education virtual and its applications through multiple applications of their platforms (commercial or free access), this will definitely favors the digital media and academic development is consistent with the social needs that demand students these postmodern times and product configurations turbo capitalism.

Key words: Education, Virtual Reality, digital platforms, postmodern capitalism turbo

1. Espacio Digital.

¿Qué haría, sin estar conectado a internet?, basta contestar esta simple pregunta, para afirmar que; la presencia de las nuevas tecnologías ya no tiene vuelta atrás. Hasta hace unos años las políticas sobre este tema en las universidades aparecían solo como cumplimiento de indicadores, que en la práctica no operaban, hoy es impostergable el realizarlas, antes se pensaba que los medios digitales debían restringirse a algunas horas por semana o a algunos campos de conocimiento, hoy es difícil, si no imposible, ponerle límites a su participación en los procesos de enseñanza - aprendizaje.

Hoy contamos con laboratorios de cómputo, los pizarrones electrónicos, las video-conferencias, la informática móvil, entre tantos otros medios digitales, pero sobre todo, la comunicación habitual en estos medios, las redes sociales, “esas redes sociales”, muestran

que las nuevas tecnologías permiten y han generado espacios, otros lugares, esos no lugares físicos, donde nos expresamos cotidianamente, donde se generan plataformas, estas nuevas arquitecturas edificadoras (sociales).

Entender el espacio digital, es darnos cuenta de que por medio de un solo lenguaje podemos expresar texto, imágenes, sonido, sin ocupar ningún otro elemento para hacerlo solo a los bits, que en cadenas de bites, nos permiten esta aparición de elementos.

Recordemos que uno de los grandes paradigmas que plantea este medio (el digital) es que las computadoras pueden ser generadoras de realidad, creando su espacio, su contexto, pasamos a los no lugares, espacio propio para la omnipresencia. Uno de los grandes desafíos de estas nuevas tecnologías, es la tecnología misma, nuestro tiempo el tiempo de la inmediatez, de la posmodernidad y su obra: el turbocapitalismo, acelera aún más el desarrollo tecnológico.

Otro de los factores imperantes es la tecnocracia o la burocracia, que detiene en mucho al desarrollo tecnológico, y consideran a la computadora como simple indicador de calidad y manifestar que se tiene un paso en la aplicación de innovación, o en el peor de los casos por simple imposición social o programática; el efecto real es que las computadoras, por una razón u otra, están en las Facultades, pero no se aplica en la práctica, en las aulas, prueba de ello sería si un día no funcionaran las computadoras en una de nuestras facultades, las clases continuarían, no así si se quitaran los pizarrones de las aulas.

Es por eso, que es importante ya dejar de lado el antiguo modo de impartir la clase, los viejos hábitos de la enseñanza aprendizaje, generados en el siglo pasado, como son las clases presenciales, magistrales, los exámenes. Citamos examen, pues en una masificación de la educación como lo es nuestra universidad, no hay lugar para la evaluación y simplistamente sólo se califica.

Para poder decir que se está en el ámbito digital, es necesario estar en el hábitat digital, es vivir en su medio para poder desarrollarse en él, no se podrá utilizar el medio digital si no se usa cotidianamente en aplicaciones en pro de la educación y durante la jornada diaria de clase, reconociendo que en muchos de los casos el profesor no lo implementa por ser él el que ignora este medio, para el docente el gran desafío de la educación digital implica “enseñar mientras se aprende”, o sea: aprender con sus alumnos y de ellos.

La forma de implementar el uso digital es la capacitación continua y en ese rubro se debe ofertar tanto a profesores como a alumnos para poder estar en el hábitat digital, donde se tengan horarios abiertos, sin restricciones, para poder decir realmente que se está abriendo las nuevas tecnologías a toda la comunidad académica de nuestras facultades (es decir clases no-presenciales, por medio digital y de ser posible virtual).

Hoy vivimos una transformación en la educación pasando de conocimiento concentrado, al distribuido, para dar paso al conocimiento en red, en línea. El impacto de la tecnología en la era informática ha sido de tal magnitud, que muchos recursos pedagógicos tradicionales tienden a desaparecer para ser sustituidos por sus análogos electrónicos. Es necesario hacer un paréntesis y enfatizar que hoy en día todavía no es posible sustituir completamente al viejo pero práctico pizarrón.

Es de suma importancia para la comunicación digital, que esta sea una comunicación que pueda transmitir algo más que datos, en el modo Asíncrona, no se logra este objetivo, ya que la vía de comunicación es diferida y por medio de texto, solo en el modo Síncrona se puede obtener una comunicación como tal, por medio del lenguaje, donde podemos dar el tono de la voz ese énfasis para enmarcar algo, donde percibimos la pasión, el sarcasmo, la exaltación, etc., este sin duda es el otro gran paradigma de los medios digitales, lograr transmitir esas emociones, sin llegar al campo sensorial, que eso es algo todavía más interesante en la comunicación digital.

Estas dos características de las plataformas digitales las abordaremos más adelante (asíncrona y síncrona), todo esto que hoy vemos nos recuerda a Nicholas Negroponte y su visionaria propuesta plasmado en su libro “Ser Digital” (1995), donde nos decía que en un futuro bastaría solo una pulsera para estar comunicados en un medio digital, hoy a 16 años de distancias vemos lo acertado de sus palabras.

Pero no es el simple hecho de comunicarnos por medios digitales, es el ser un “ser digital”, y sus múltiples aplicaciones. El fin de la educación es la formación integral del ser humano y la tecnología que analizaremos es un medio que resultará indispensable para alcanzar esa noble meta.

2. Espacio de Comunicación, Sociedad de la Información.

Se le conoce como e-learning al proceso de enseñanza que utiliza las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), el prefijo “e” viene de “electronic”, el cual se antepone a actividades que se han integrado a las nuevas tecnologías, denotando nuevos fenómenos, como lo es el e-mail (correo electrónico) que ha puesto en peligro de extinción al correo tradicional.

El e-learning representa una evolución de la educación a distancia, la cual comenzó con cursos por correspondencia, a los que posteriormente se integraron apoyos tecnológicos como radio y televisión; planteándose como la posibilidad de acercar la educación a personas que, por distintos motivos, les es imposible asistir a las clases presenciales. La accesibilidad que implica el internet, ha hecho que la educación a distancia utilice esta plataforma como medio, aunque las características del medio mismo han obligado a la especialización en pro de la educación.

En 1993 la profesora Linda Harasim establece el concepto de “redes de aprendizaje”, para denominar al uso de redes computacionales aplicadas a la educación, su planteamiento concibe a las redes como un entorno de comunicación: donde un grupo de personas, independientemente de lugar donde se encuentren, se mantienen en comunicación a través del ordenador conectado a una red electrónica.

A diferencia de la educación a distancia, el e-learning ofrece mejores condiciones de aprendizaje, ya que el internet es un ambiente que permite la sociabilidad e interacción social, en el cual la gente se relaciona mediante comunidades virtuales, donde el internet deja de entenderse como una autopista de información, deja de ser el camino hacia cualquier sitio y se convierte en un “lugar”.

Este lugar en común, constituido por una red de ordenadores, define a la comunidad en un espacio virtual, en el que cada uno de los usuarios adquiere la oportunidad para participar en igualdad de condiciones; para que exista, debe de compartirse e intercambiarse información.

Estar dentro de un espacio, que éste a su vez ocupe otro espacio, pasar de un lugar a otro lugar, no es cosa novedosa, con ese mismo principio podemos entender el espacio digital, un espacio que se relaciona con el espacio físico, un espacio material corpóreo vs un espacio inmaterial no corpóreo, esto es lo que le da valor y sentido a los espacios digitales.

No se trata de imitar espacios dentro de otro espacio, o reproducir lo que tenemos y llevarlo al espacio digital; el espacio digital es un espacio innovador que exige a la creatividad, a la imaginación, que no limita, ya que no hay espacios que lo contengan, que permite la libre creación sin límites, permítannos resaltar esto, es un espacio Creativo por su “naturaleza”.

En las comunidades virtuales, la comunicación se concibe de dos maneras: sincrónica y asincrónica, ambas están delimitadas por la interacción entre los miembros de la comunidad, siendo la comunicación sincrónica aquella que se da en tiempo real entre al menos dos personas, donde la interacción es similar a la existente en el mundo real.

Algunas de las herramientas para facilitar esta comunicación son: Chatrooms, Audio y video conferencias, Pizarras virtuales interactivas compartidas, Aplicaciones compartidas para uso y modificación de diversos programas, Control remoto del escritorio, etc.

La comunicación asincrónica es aquella que se da, cuando un miembro de la comunidad envía la información a un compañero o compañeros que no se encuentran presentes, pero que podrán recibirla al ingresar a la red. Esto permite que la comunicación no dependa del tiempo y se facilita por la proliferación de herramientas tecnológicas que facilitan la accesibilidad al internet.

La comunicación asincrónica no es necesariamente escrita, ya que puede ser producida mediante sonido o video.

Algunas herramientas asincrónicas: e-mail, Foros, Blogs, Wikis, Tareas, Bases de datos, Tablero de avisos, Guías de estudio, etc.

Uno de los valores más importantes de la educación es la interacción humana, la educación no puede ser una actividad de comunicación unidireccional, en la que el alumno solo recibe información, debe de existir un proceso de retroalimentación que facilite la comprensión de los conceptos, en una educación unidireccional corremos el riesgo de que si el alumno no comprende un concepto, puede interrumpir y frustrar su interés y desarrollo.

La función del profesor debe de ser clara, aunque existen distintos niveles de comprensión y manejo del uso de las nuevas tecnologías, el profesor no está obligado a generar las plataformas para la educación, aunque puede conformar blogs o páginas web, su función es educar, facilitándole al alumno la comprensión de los conceptos que utilizará en su proceso de enseñanza. Dejándole a la gente especializada en la elaboración, ya sea de plataformas

digitales o de materiales audiovisuales, la configuración de las herramientas que habrá de aplicar para facilitar su proceso educativo.

El e-learning requiere al igual que la educación tradicional un aula, un espacio de convergencia para que permita realizar el proceso educativo. Estos espacios deben de diseñarse como escenarios para cumplir la función educativa, para ello, deben de implementarse plataformas tecnológicas: un determinado software que permita, mediante un servidor conectado a la red, tener todas las funcionalidades necesarias para la educación. Este sistema de software conforma el Ambiente Virtual de Aprendizaje, el lugar de reunión entre profesores y alumnos, que representa un espacio no físico, atemporal, en el que confluyen los miembros de la comunidad educativa.

El Ambiente Virtual de Aprendizaje, es el sitio en dónde el profesor puede verter sus conocimientos y hacerlos accesibles a los alumnos, en dónde existen una serie de herramientas que facilitan su labor educativa, donde el pizarrón y el gis se vuelven bites, sin que él tenga que ocuparse de la transformación, donde las listas de asistencia se tornan en controles de acceso.

Los sistemas de e-learning están conformados por tres elementos fundamentales: una plataforma o espacio virtual, los contenidos educativos o courseware y los sistemas de comunicación. El contenido es el material de aprendizaje que el alumno tiene a su disposición y puede presentarse como actividades basadas en la Web, o bien, como entornos áulicos virtuales que incluyen videoconferencias y/o explicaciones con pizarra digital. Los sistemas de comunicación: sincrónicos o asincrónicos. Los sistemas asincrónicos como el correo electrónico sirven también para llevar un registro de las interacciones.

Las principales funcionalidades tienen que ver con aspectos relacionados con:

1. la gestión de usuarios: la matriculación en el sistema, el seguimiento de estudiantes, la generación de informes, etc.,
2. la gestión de cursos: la visualización de contenidos, el control de acceso al material y las lecciones, el registro de las actividades que realizan los usuarios, la evaluación de los resultados de los ejercicios, etc.,
3. la gestión de herramientas de comunicación: foros de discusión, videoconferencias, chats, e-mails, creación de wikis y blogs.

Existen plataformas comerciales como: Blackboard, WebCT, QSMedia, Saba. También existen plataformas de libre distribución: Atutor, Moodle, Dokeos, Claroline, desarrolladas principalmente por instituciones educativas y basadas en los principios del código libre.

Estas plataformas favorecen y ayudan a la creación de espacios virtuales de enseñanza, a los que confluyen alumnos y profesores, en dónde el profesor no se frustra al tratar de generar contenidos digitales con las limitaciones que pueda tener. Aunque no excluye la necesidad de alfabetización digital, aunque las plataformas educativas facilitan muchas de las interacciones con la red, los profesores deben de mantenerse actualizados en los aspectos mínimos de interacción digital, teniendo la capacidad de entendimiento de los lenguajes digitales para su mejor aplicación, conocer las variantes propias del medio, agregar a sus competencias docentes, un aprendizaje de competencias digitales básicas, que le permitan acceder con facilidad al medio.

3. Conclusiones

Para que las tecnologías logren incidir en la educación, con aplicaciones efectivas y beneficiosas, no debemos olvidar que se están diseñando para el Servicio de la Educación, la cual es un proceso humano, por lo que este es un servicio para el ser humano. La enseñanza se encuentra centrada en el alumno, las plataformas educativas favorecen el trabajo individual y colaborativo al conformarse dentro de una comunidad virtual y lo más importante es que el alumno tenga acceso a los diferentes medios tecnológicos para alcanzar este fin.

Las necesidades sociales de los alumnos hoy en día (trabajo, lejanía, costo, obligaciones tempranas, etc.), en muchos de los casos les impide el poder tomar una educación “presencial”, y la opción de una educación a “distancia”, es una opción viable para su desarrollo académico, hoy se ha dejado atrás el prejuicio de que la educación a distancia no está a la altura de una presencial, esto obedecía a una creencia arraigada en el valor intrínseco superior de la educación presencial, derivado de una visión estática del aprendizaje.

El Medio digital, nos permite una plétora de nuevas formas de aprendizaje, así mismo se integran nuevos periféricos para múltiples usos, los cuales configuran y regulan nuestra conducta en el medio digital, en el hábitat digital, que nos permite el apropiarnos de estas nuevas herramientas en pro de la educación, haciendo de ella todo un nuevo campo dinámico de competencias.

4. Bibliografía

DELGADO CEJUDO, Sebastián. (2003). “E-learning. Análisis de plataformas gratuitas”. [En línea] Proyecto de fin de carrera. Ingeniería Informática. Universitat de Valencia. [Fecha de consulta: Julio/2011] Documento disponible en: <http://www.uv.es/ticape/docs/sedelce/mem-sedelce.pdf>

NEA (2000): “A survey of traditional and distance learning higher education members”, [on line] The National Education Association [consulted: June/2011] Available at: <http://www.nea.org/assets/docs/HE/dlstudy.pdf>

RAMOS, Santiago Jesús; DE LA OSA, Juan Francisco; DE TORO, Francisco Jesús (2009) “Una plataforma para gestión de clases virtuales interactivas”. [En línea] EDUTEC, Revista Electrónica de Tecnología Educativa. Núm. 28/ Marzo 2009. [Fecha de consulta: julio/2011]. Documento disponible en: <http://edutec.rediris.es/revelec2/revelec28/>

RUIPÉREZ, G. (2003) “Educación virtual y e-learning”. Madrid. Editorial Fundación Auna Gestión.

SALINAS, Jesús. (2003). “Comunidades Virtuales y Aprendizaje Digital”. [En línea] Conferencia presentada al EDUTEC’03. VI Congreso Internacional de Tecnología Educativa y NNNT aplicadas a la educación: Gestión de las TIC en los diferentes ámbitos educativos. Universidad Central de Venezuela, 24-27/11 [Fecha de consulta: julio/2011] Documento disponible en: <http://gte.uib.es/pape/gte/content/comunidades-virtuales-y-aprendizaje-digital>

_____. (1999). "Rol del profesorado universitario ante los cambios de la era digital". [En línea] Perfeccionamiento Integral del Profesor Universitario, Primer Encuentro Iberoamericano. Universidad Central de Venezuela. Caracas. Julio 1.999-10-18. [Fecha de consulta: Julio/2011] Documento disponible en: <http://tecnologiaedu.us.es/cuestionario/bibliovir/gte40.pdf>

TWIGG, C. A. (2003): "New models for online learning", [on line] Educause, September/October, pp. 28-38. [Consulted: July/2011] Available at: <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ERM0352.pdf>

VEGA, Ignacio. (2010) "Educación online y aprendizaje en comunidad". [En línea] tecnología.org, Artículos de tecnología y sociedad, tecnología educativa. Foro de tecnología. [Fecha de consulta: agosto/2011]. Documento disponible en: <http://tecnologia.org/Contenidos/Temas-de-Actualidad/Educacion-online-y-aprendizaje-en-comunidad->

COMPETITIVIDAD EN EL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT: PROPUESTA DE EVALUACIÓN AL CONTRATAR EL SERVICIO DE TERCERIZACIÓN DE LA LOGÍSTICA (3PL) EN EL TRANSPORTE INTERNACIONAL

Marco Alberto Valenzo Jiménez, marcovalenzo@hotmail.com, Instituto Tecnológico de Morelia¹⁰

Evaristo Galeana Figueroa egaleana@umich.mx UMSNH¹¹

Dora Aguilasocho Montoya UMSNH¹²

RESUMEN

El presente artículo, presenta una revisión teórica de la competitividad, administración de la cadena de suministro y se centra especialmente en la tercerización logística 3PL y se muestra el modelo y el instrumento de medición práctico para evaluar el servicio de 3PL en el transporte internacional en donde se revelan los principales factores a tomarse en cuenta cuando una organización ha tomado la decisión de contratar a una empresa externa para que esta se encargue de transportar sus productos en los mercados nacionales como internacionales, a esto se le conoce como 3PL (Third Party Logistics). Y esto permite mejorar la competitividad en la administración de la cadena de suministro de las organizaciones.

Palabras Clave:

Competitividad, Logística, Outsourcing, Administración de la Cadena de Suministro, 3PL Third Party Logistics

ABSTRACT

This article presents a theoretical review of the competitiveness, supply chain management and focuses particularly on the 3PL logistics outsourcing shows the model and practical measurement tool for evaluating 3PL services in international transport where reveal the main factors to be considered when an organization has taken the decision to hire an outside company to handle that carry their products in domestic and international markets, this is known as 3PL (Third Party Logistics). And this helps improve competitiveness in supply chain management organizations.

Keywords:

Competitiveness, Logistics, Outsourcing, Supply Chain Management, Third Party Logistics 3PL

1. Introducción

¹⁰ Profesor Investigador de la Facultad de Contaduría y Administración en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. * Este autor agradece a CONACYT el apoyo otorgado durante el periodo Enero-Diciembre 2012 en el programa de apoyos complementarios para la consolidación institucional de grupos de investigación, en la modalidad de Retención.

¹¹ Profesor- Investigador de la Facultad de Contaduría y Administración en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Miembro del SNI nivel I.

¹² Profesora- Investigadora de la Facultad de Contaduría y Administración en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Miembro del SNI nivel I.

Hoy en día las organizaciones centran su atención en mejorar la competitividad que les permitan superar o mantener su distancia en relación a sus competidores. Inevitablemente, bajo el marco de la globalización e inmersos en el duro clima económico de hoy, se hace evidente la necesidad de afrontar nuevos retos, donde los mercados en crecimiento son pocos y éstos están muy alejados unos de otros, en donde cada día surgen nuevos competidores locales que hacen más difícil esta búsqueda; es por esto que los empresarios de México y el mundo necesitan más herramientas que permitan incrementar la competitividad en el sector en el que se encuentran. Una de estas herramientas de mayor énfasis en el ámbito empresarial, es la orientación de las estrategias como puede ser la *competitividad en la Administración de la Cadena de Suministro*; ya que es una de las áreas de la administración que se ha observado que absorbe entre un 60 por ciento y un 80 por ciento de cada dólar que vende una empresa y que puede ser esencial para su estrategia competitiva y la generación de ingresos. Esta área de la administración ha sido descrita con muchos nombres, entre éstos: distribución física, administración de materiales, administración del transporte, logística y, ahora, Administración de la Cadena de Suministro. Este tema del negocio puede incluir todas o algunas de las siguientes actividades: transportación, mantenimiento de inventarios, procesamiento de pedidos, compras, almacenaje, manejo de materiales, embalaje, estándares de servicio al cliente y la producción (Ballou, 2004).

La administración de la cadena de suministro (SCM¹³ por sus siglas en inglés), es un asunto de interés y de importancia entre los gerentes e investigadores de la logística porque se considera una fuente de ventaja competitiva (Christoper, 1998), (Giménez & Ventura, 2003) (Giménez, 2005). Además a esta filosofía llamada Administración de la Cadena de Suministro, ha recibido una enorme atención en las revistas internacionales de investigación así como en las empresas de la industria y empresas dedicadas a la consultoría (Chistoper, 1998), (Lambert & Cooper, 2000).

En esta búsqueda incansable por parte de las empresas de mejorar la competitividad, sobre todo en el área de la Administración de la Cadena de Suministro, las organizaciones han adoptado algunas de las estrategias que se utilizan en el plano internacional como puede ser la tercerización de la logística o conocido como 3PL u Outsourcing Logístico, sin embargo, el implementar este tipo de estrategias sin conocer los parámetros mínimos a solicitar a estos proveedores puede llegar a ser muy arriesgado. Es por esto, que este artículo se pretende dar a conocer estos factores que se deben considerar al momento de tercerizar el servicio logístico del transporte internacional.

2. Revisión de la Literatura

A continuación se muestra la revisión de la literatura que se utiliza para mostrar la relación entre competitividad, administración de la cadena de suministro y tercerización logística en el transporte internacional.

a) Competitividad

La competitividad es usada frecuentemente por los gobiernos, empresas y los medios de comunicación como un concepto “vago”. Sin embargo, aun en los investigadores existe la ausencia de un consenso en cuanto al concepto de competitividad lo cual ha propiciado que los estudiosos

13 Supply Chain Management (SCM) nombre con el que es más conocido a nivel mundial el término de la Administración de la Cadena de Suministro, por lo que para este trabajo de investigación se utilizará esta abreviatura como sinónimo.

hayan abordado dicho concepto desde distintas perspectivas teóricas (Valenzo, Martinez, Bonales, 2010).

Como es el caso de Krugman, (1994) y Baldwin, (1995) en donde argumentan qué, en el ámbito internacional, la competitividad no es un concepto relevante, ya que los principales países no están de ninguna forma compitiendo entre ellos, por lo que se trata más de un asunto interno de la nación que de un aspecto externo. En esta misma línea, Porter, (1990) señala que la competitividad de una nación depende de la capacidad de sus industrias para innovar y mejorar. Asimismo, Scott & Lodge, (1995) consideran que la competitividad es cada vez más un asunto de estrategias y estructuras, y cada vez menos una consecuencia de las dotaciones naturales de un país.

Para Ambastha & Momaya (2004), la competitividad se define como la capacidad de competir. Es decir la capacidad de diseñar, producir, y ofrecer productos superiores en el mercado, a los ofrecidos por los competidores, considerando el precio.

Por lo tanto una organización, es competitiva ante los ojos de sus clientes si esta puede entregar un mejor valor comparado con el de sus competidores. Logrando precios más bajos con beneficios equivalentes o superiores a las de sus competidores. El valor del cliente por lo tanto, se puede considerar como la ventaja percibida en lo referente a lo que este exige.

b) Administración de la Cadena de Suministro (SCM)

El concepto de SCM fue mencionado en literatura de los negocios desde los años 60, el pionero fue Forrester (1961) en Giunpero & Brand (1996), que sugirió que el éxito de compañías industriales está basado “en las interacciones entre los flujos tanto de información, materiales, la mano de obra y los bienes de capital.” No obstante, a pesar de su profunda conceptualización, el término actual de Cadena de Suministro no fue materializado hasta principios de los años 80 por Oliver, R.K. and M.D. Webber en su libro titulado "Supply Chain Management: Logistics Catches Up with Strategy" citado en (Christoper M. , 1982), y solamente pocos artículos mencionaron la frase “cadena de suministro” entre 1985 y 1997.

Esencialmente, la difusión del campo no ocurrió sino hasta finales de los años 90, con la mayor parte de la investigación teórica y empírica comenzando en 1997 (Lambert, Cooper, & Janus, 1998). Sin embargo, con la trayectoria que lleva este campo podría ser mejor descrita la investigación del SCM de una manera más madura, según lo ejemplificado por (Lambert, Garcia-Dastugue, & Croxton, 2005). A principios de los años 90, los académicos intentaban determinar la definición del SCM. Estas definiciones tempranas se centraron en la cadena de suministro caracterizado por el flujo de mercancías, la administración de relaciones y un concepto que extendieron desde el proveedor hasta el cliente final.

Existen diferentes definiciones del SCM. Una de las principales fuentes que han cambiado la conceptualización de este concepto es la que proponen los gurús de la logística internacional como Cooper y Lambert en su artículo publicado en la revista “*The International Journal of Logistics*” con el nombre “More than a new name for Logistics”¹⁴ y que ha definido el SCM como:

¹⁴ “Más que un nuevo nombre para la Logística”

“La integración de los procesos de negocio desde el usuario final hasta los proveedores originales que proporcionan los productos, los servicios y la información que agregan el valor para el cliente” (Cooper, Lambert, & Pagh, 1997).

La definición de la cadena de suministros por el Council of Logistics Management es la siguiente: “Es la coordinación sistemática y estratégica de las funciones tradicionales de negocios y de las tácticas de estas funciones tradicionales de negocios y de las tácticas de estas funciones dentro de una compañía particular y a través de actividades dentro de la cadena de suministros con el propósito de mejorar el desempeño a largo plazo de la compañía en forma particular y de la cadena de suministros como un todo” (Long, 2007, pág. 6).

De acuerdo con Council of Supply Chain Management Professionals (2008), la definen como: “Cadena de suministro abarca la planeación y la administración de todas las actividades involucradas en la compra de componentes, la consecución, conversión, y todas las actividades de la administración de la logística. Es importante, también incluir la coordinación y la colaboración con los socios del canal de distribución, los cuales pueden ser proveedores, intermediarios, o proveedores de servicios contratados externos, y los clientes. En esencia, la administración de la cadena de suministro integra la demanda y la provisión dentro y a través de las compañías”.

Toda la literatura antes mostrada sobre el SCM es una estrategia que integra el manejo del flujo de materiales y de información del proveedor desde la materia prima hasta el cliente final. La clave está en el manejo efectivo de los canales como un verdadero sistema. Cada miembro de los diferentes canales afecta directa o indirectamente al resto de los miembros del canal, así como el desempeño de todo el canal.

El Supply Chain Management es una compleja interacción en el manejo de las relaciones, las principales a considerar son las relaciones con los clientes y con los proveedores. Y las compañías están descubriendo cada vez más, que el SCM puede ser una palanca como un diferenciador competitivo. Mientras que la excelencia en una dimensión dada en la cadena de suministro puede proporcionar una oportunidad competitiva, una falla en cualquier dimensión puede echar todo por la borda. Es por esto que el SCM ha sido investigado tanto por académicos como por industrias durante más de dos décadas (Handfield & Nichols, 1999), (Christopher, 1998), (Simchi, Kaminsky, & Simchi-Levi, 2000), (Ayers, 2004), (Brewer, Button, & Hensher, 2001).

De acuerdo con Elmuti, Minnis, & Abebe (2008), el Supply Chain Management es una de las herramientas estratégicas más prominentes para mejorar la eficiencia y la competitividad de las compañías en el ambiente competitivo global de hoy.

c) Tercerización Logística (3PL)

En los últimos años, las empresas han adoptado cada vez más la utilización de servicios logísticos internacionales, ya que esto ha permitido a las organizaciones concentrarse en sus principales fortalezas, y no distrayéndose en actividades que no forman parte integral del negocio, es por esta razón que algunas compañías recurren a los servicios de tercerización de la logística (3PL), ya que estos proveedores pueden mejorar el servicio al cliente y reducir costos.

En el entorno actual, las organizaciones están buscando nuevas prácticas empresariales y las soluciones que puede ofrecer con éxito. También a este servicio de Tercerización Logística (3PL) se le puede denominar Outsourcing Logístico como lo han afirmado diversos autores como Vaidyanathan (2005), Embleton & Wright (1998) y Percin (2009) está es una de las prácticas comerciales que pueden llevar a una mayor competitividad. El Outsourcing es simplemente la transferencia de una función de servicio interno a una organización externa que de otra manera sería difícil de adquirir, o demasiado costoso como para tenerlo en la propia empresa (Ketler & Walstrom, 1993), (Razzaque & Sheng, 1998) . En el pasado reciente, el Outsourcing Logístico o tercerización de la logística (3PL) ha recibido considerable atención de los investigadores de la logística y de la administración de la cadena de suministro.

De acuerdo con Boyson, Corsi, Dresner, y Rabinovich(1999) existen tres áreas de investigación que han despertado el interés entre los investigadores a cerca del 3PL: en primer lugar, conocer a cerca de las funciones que se llevan a cabo en el Outsourcing Logístico, en segundo lugar, la medición de la contribución de utilidades por parte del Outsourcing Logístico y el incremento de las capacidades de la empresa, y por último la selección de proveedores 3PL, cabe mencionar que es parte esencial del presente artículo.

La tercerización de la logística (3PL) ha demostrado su importancia a nivel mundial, pero la calidad con la que se brinda este servicio es la que los empresarios tienen que medir y evaluar. Existen diversos estudios como los de Ahire, Golhar, y Waller (1996), Kumar y Gupta (1993), Samson & Terziowski (1999), Taguchi y Clausing (1993) en donde han demostrado que una práctica eficaz de la gestión de la calidad tiende a llevar a un mejor desempeño de la organización, sin embargo, la gestión de la calidad aplicada a la logística aún no se ha confirmado plenamente.

Los estudios de 3PL se han realizado en diversas partes del mundo como por ejemplo, en América del Norte (Lieb, 1992), (Lieb & Randall, 1996) y Europa (Lieb, Miller, & Wassenhove, 1993). Estudios similares se han centrado en temas de logística en Bulgaria (Bloomen & Petrov, 1994), Sudáfrica (Cilliers & Nagel, 1994), Australia (Dapiran, Lieb, Millen, & Sohal, 1996), Corea (Kim, 1996), Asia Pacifico (Millen & Sohal, 1996), Singapur (Bhatnagar, Sohal, & Millen, 1999), India (Sahay & Mohan, 2006) e Indochina (Goh & Ang, 2000). Estos países han aprovechado los grandes beneficios de los servicios 3PL en los últimos años.

Los proveedores especialistas en 3PL realizan una o más de las actividades logísticas relacionadas con el flujo del producto, información y fondos que podrían ser realizadas por la propia empresa. Tradicionalmente, los proveedores de 3PL se centraron en las funciones específicas como el transporte, almacenamiento y tecnologías de la información dentro de la cadena de suministro. En el documento denominado Armstrong's Guide to 3PL & Global Logistics Services (Armstrong & Associates, Inc., 2001) en (Chopra & Meindl, 2007) describe algunos de los servicios ofrecidos por 3PL, como se muestra en la tabla 1.

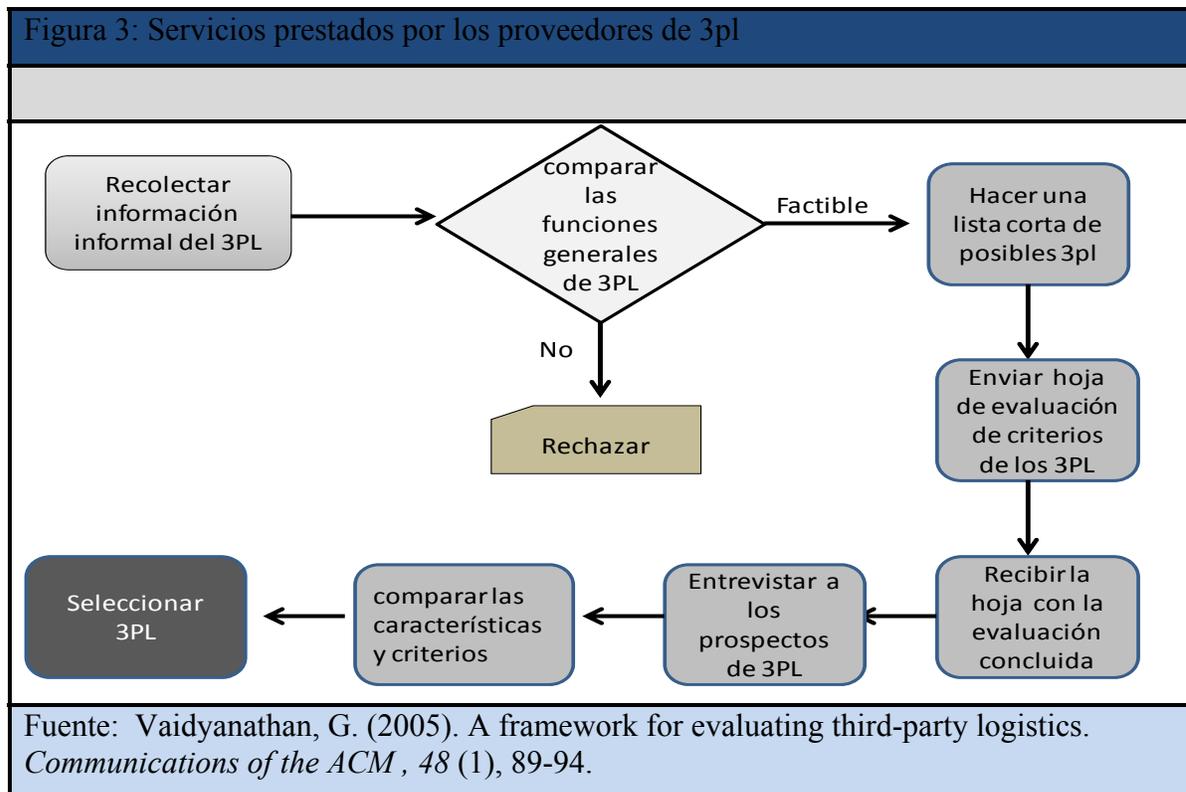
Tabla 2: Servicios prestados por los proveedores de 3pl		
Categoría del Servicio	Servicio Básico	Algunos servicios de valor añadido específico
Transportación	Entradas y salidas por barco, camión,	De licitación, seguimiento / rastreo, el modo de conversión, el envío, pago de flete, gestión

	ferrocarril, aéreo	de contratos.
Almacenaje	Almacenamiento, Administración de las instalaciones	Cross-dock, recolección y entrega, control de inventarios, etiquetado, cumplimiento de la orden, entregas a domicilio de las ordenes de catalogo.
Tecnología de la información	Proporcionar y mantener la información y los sistemas informáticos	Administración de los sistemas de transportación, administración de almacenes, red de modelado y la selección del sitio, el pago de flete proyecto de ley, interfaces automatizadas de extremo a extremo, la previsión, EDI, la pista en todo el mundo y rastreo con visibilidad global.
Logística Inversa	Manejo de los Flujos inversos	De reciclaje, que se utiliza en la disposición de activos, devoluciones de clientes, gestión de contenedores retornables, reparación / restaurar
Otros Servicios de 3PL		Reclamaciones de intermediación, transporte de carga, gestión de pedidos de compra, gestión de pedidos, toma de pedidos, pérdidas y daños, auditorías de la facturas de fletes, de consultoría.
Internacional		Corretaje de aduana, servicios portuarios, embalaje de exportación, la consolidación
Habilidades especiales / manipulación		Materiales peligrosos, con temperatura controlada, embalaje / entrega de paquetes, calidad alimentaria las facilidades / equipos, a granel
Fuente: Chopra, S., & Meindl, P. (2007). Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson.		

Un modelo conceptual del proceso de compra de proveedor de logística se ha presentado en cinco pasos, en el que las empresas pueden identificar la necesidad de tercerizar la logística, desarrollo de alternativas viables, evaluar y seleccionar un proveedor, la aplicación de servicios, y participar en la evaluación de servicios en curso (Sink & Langley, 1997).

Los servicios 3PL pueden ser relativamente limitados o comprenden un conjunto totalmente integrado de actividades de logística. Dos encuestas aplicadas la de Rabinovich A. (1999) y la de Sink & Langley (1997) identificaron las importantes funciones del Outsourcing: 1) Transporte, 2) Almacenamiento, 3) la consolidación de carga y distribución, 4) Producto marcado, etiquetado y embalaje, 5) La gestión del inventario, 6) gestión del tráfico y operaciones de la flota, 7) los pagos de mercancías y de auditoría, 8) devoluciones de productos, 9), gestión de pedidos, 10) Embalaje, 11) selección del operador, 12) Tasa de negociación, 13) sistemas de información logística.

La figura 1 describe un proceso de evaluación 3PL, que incluye un análisis preliminar basado en factores cualitativos como la reputación. En función de factores cualitativos y de viabilidad, una breve lista de proveedores de 3PL se obtiene. Un criterio de evaluación se envía a los proveedores 3PL preseleccionados. Después de recibir la lista completa de evaluación, los posibles proveedores son entrevistados. Después de las características deseadas y los criterios son comparados y analizados, un proveedor de 3PL se ha seleccionado. Este proceso ha sido probado en una empresa de la lista Fortune 100 y con buenos resultados. El proceso básico de la siguiente manera, se obtuvo a partir de investigaciones previas (Sink & Langley, 1997).



3. Propuesta de Evaluación

En esta sección se presenta la “Propuesta de evaluación para seleccionar 3PL en el transporte internacional” en donde se incluye un cuestionario que puede ser aplicado a cualquier industria.

Los criterios de evaluación.

Para evaluar al posible proveedor, un conjunto de criterios deben ser definidos. Estos criterios de evaluación suelen incluir la calidad, costo, capacidad, capacidad de entrega, y la estabilidad financiera. Además, la compatibilidad cultural, referencias de clientes, la solidez financiera, la flexibilidad de funcionamiento y los precios y las capacidades en Tecnologías de la Información juegan un papel predominante (Sink & Langley, 1997). Métricas de desempeño que deben ser parte de los criterios de evaluación incluyen los tiempos de envío y entrega, las tasas de error, y la respuesta a sucesos inesperados (Menon, 1998).

Según Menon (1998), Sink & Langley (1997) el siguiente conjunto de factores que pueden ser utilizados para evaluar a un proveedor 3PL: a) tecnología de la información, b) Calidad c) Costo, d)

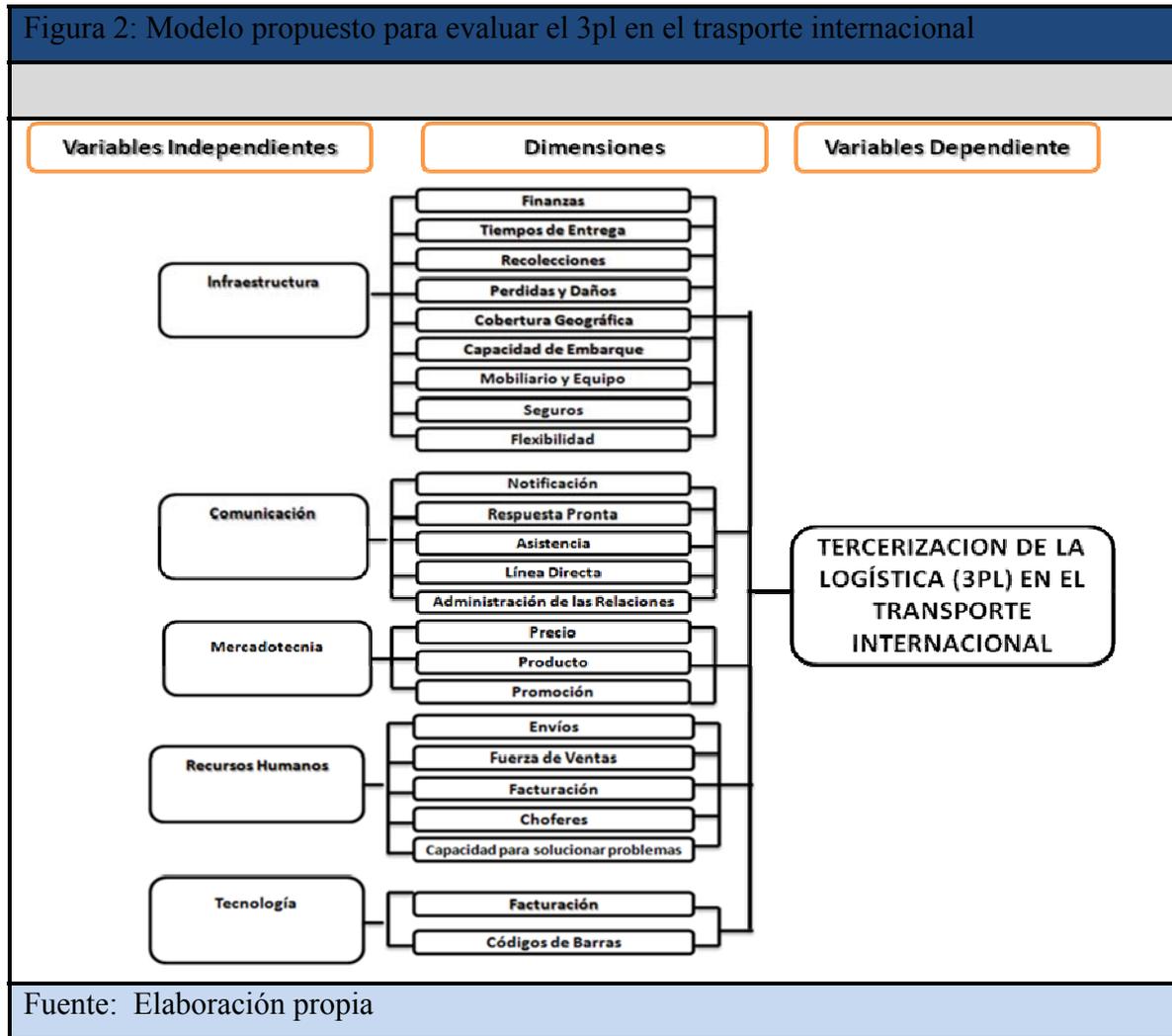
Servicios, e) Las mediciones de rendimiento, f) intangibles. Usando estos seis factores de marco se proponen algunos criterios expuestos en la Tabla 2.

Tabla 2 Criterios de evaluación del 3PL					
Información Tecnológica	Desempeño	Costo	Calidad	Servicio	Intangibles
<ul style="list-style-type: none"> • Transferencia de datos a intervalos programados de 3PL para los clientes • Transferencia de datos en tiempo real • Conectividad con ubicaciones de almacén en el centro de datos • Cifrado de datos • La tecnología automatizada de captura de datos para todos los envíos, dirigidos de guardado, selección, y recuento de ciclos • La precisión de la transmisión de datos con los clientes existentes • Validación y verificación de datos de archivo plano las transmisiones y las transmisiones de XML y el uso de las normas 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de tiempo de los plazos de entrega y las desviaciones • Inventario Histórico de la tarifa del transporte • Histórico tasas promedio de obsolescencia • Históricos en un año de los errores de predicción • Histórico tiempos promedio • Errores de envío histórico en el pasado • Métricas de la productividad histórica • Histórico (Tiempo de entrega para la devolución) • Histórico de las unidades vendidas / mes • Histórico de entrega tardía / perdido 	<ul style="list-style-type: none"> • El costo de almacenamiento • El costo de los servicios de TI para el flujo de información eficaz • Costo del transporte • El costo de la logística, cadena de suministro y gestión de inventario 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de los requisitos de la FAA / FDA para el almacenamiento • Procedimientos ISO para las unidades de manejo, almacenamiento y conservación • Procedimientos ISO para las instalaciones de recolección, Pack, y de los buques y los requisitos de calidad • Procedimiento ISO para la entrega • Seis Sigma y el compromiso con la mejora continua • Las instalaciones y el personal para identificar, corregir, recoger, indexar, acceso, archivo, almacenar, mantener y disponer los registros de calidad según la norma ISO 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de almacenamiento físico • Servicios de seguridad y escalabilidad en almacenamiento • Monitoreo / Los esfuerzos de seguimiento en el almacenamiento • Histórico de entrega y las métricas de logística inversa • Histórico métricas de gestión de pedidos • Histórico métricas de gestión de transporte • Servicios de atención al cliente (24horas al día los 7 días de la semana) • El tiempo promedio histórico para resolver el reclamo de garantía • Resumen disponible en forma mensual los informes 	<ul style="list-style-type: none"> • Los activos intangibles incluyen preguntas sobre el crecimiento del negocio de los 3PL posibles para asegurarse de que se llevará a cabo de negocios por algún tiempo. • La estabilidad financiera • alta rentabilidad • Experiencia con empresas similares • Alcance mundial
<p>Fuente: Autores con adaptaciones de Vaidyanathan, G. (2005). A framework for evaluating third-party logistics. <i>Communications of the ACM</i>, 48 (1), 89-94.</p>					

Todos los factores mostrados en la tabla anterior nos pueden ayudar a realizar una adecuada toma de decisiones más amplia, sin embargo consideramos proponer un cuestionario más didáctico para el auxilio de los encargados de la Logística o de la Cadena de Suministro en las organizaciones mexicanas.

La figura 2 muestra el modelo de variables para evaluar los aspectos fundamentales en un servicio de calidad en la tercerización de la logística en el transporte internacional. Así mismo, se presenta la propuesta del cuestionario a utilizar para evaluar y seleccionar proveedores calificados cuando la compañía ha tomado la decisión de tercerización de la logística (3PL) o aplicar el Outsourcing

Logístico con la finalidad de mejorar sus procesos internos y que esto le permita mejorar el nivel de la competitividad empresarial en su sector.



PROPUESTA DE EVALUACIÓN AL CONTRATAR EL SERVICIO DE TERCERIZACION DE LA LOGÍSTICA (3PL) EN EL TRANSPORTE INTERNACIONAL

INSTRUCCIONES:

En las siguientes paginas están listados varios de los factores que son suministrados por las compañías transportistas a sus clientes. Esta sección incluye dos tareas.

La primer tarea implica la evaluación de los factores que su empresa puede considerar cuando selecciona una transportista, o cuando usted evalúa el desempeño de una de sus actuales transportistas. Por favor encierre en un círculo, en escala del 1 al 5, el número que mejor exprese para su compañía la importancia de ese factor. Si algún factor no es usado por su compañía o no tiene importancia en la evaluación de las transportistas, por favor encierre el número 1 (no importante). Si algún factor no es suministrado por ninguna de las transportistas, por favor evalúe la

importancia para usted como si estuviera disponible. La calificación de 5 (muy importante) debe reservarse para aquellos factores que causen la reevaluación del tamaño de negocios hechos con esta compañía transportista o causen que usted deje a la transportista en el caso de desempeño inadecuado.

La segunda tarea consiste en evaluar el desempeño actual de tres compañías transportistas que usted usa. Por favor llene los espacios de abajo con las tres transportistas que mas usa su compañía (si usa menos de tres, por favor evalúe aquellas que usa). A continuación, usando la escala etiquetada DESEMPEÑO PERCIBIDO, por favor inserte el número entre 1 y 5 que mejor exprese su percepción del desempeño actual de la transportista. Si usted percibe que el desempeño de la transportista es pobre, ponga un 1. Reserve la calificación de 5 para un desempeño excelente. Si alguna transportista no dispone de ese servicio, por favor escriba NA, "NO APLICA", en el espacio correspondiente.

SUS TRES PRINCIPALES EMPRESAS TRANSPORTISTAS

COMPañÍA A (La mayor cantidad de su carga está en manos de esta compañía) = _____
 COMPañÍA B (La segunda mayor cantidad de su carga está en manos de esta compañía) = _____
 COMPañÍA C (La tercera mayor cantidad de su carga está en manos de esta compañía) = _____

	IMPORTANCIA					DESEMPEÑO PERCIBIDO		
	A	B	C					
INFRAESTRUCTURA								
FINANZAS								
1. Condición financiera de la compañía	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
TIEMPOS DE ENTREGA								
2. Entregas en el mismo día	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
3. Entregas a tiempo	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
4. Habilidad para proveer entregas directas sin transporte intermodal	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
5. Duración de los tiempos de tránsito prometidos (de la recolección a la entrega)	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
6. Habilidad de las compañías para hacer entregas:								
Antes del medio día.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
Después de las 5 pm.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
7. Tiempos de tránsito consistentes (confiables).	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
RECOLECCIONES								
8. Recolección a tiempo	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
9. Habilidad de la compañía de hacer recolecciones:								
Antes del medio día	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
Después de las 5 pm	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
PÉRDIDAS/DAÑOS								
10. Pérdidas de la compañía/historial de daños	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
11. Habilidad de la compañía para entregar bienes libres de daño.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
COBERTURA GEOGRÁFICA								
12. Frecuencia de servicio en puntos clave.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____

13.	Adecuada cobertura geográfica:								
	Mayores orígenes y destinos de su circulación	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
	Regiones apartadas	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
CAPACIDAD DE EMBARQUE									
14.	Habilidad de la compañía para personalizar sus servicios y atender necesidades específicas/ únicas:								
	Manejar embarques de emergencia.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
	Manejar materiales peligrosos.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
	Adherirse a instrucciones especiales de embarque	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
	Reprogramación/ampliación de rutas	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
	Entregas internas.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
15.	Baja frecuencia de embarques divididos.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
EQUIPO Y MOBILIARIO									
16.	Programas de prevención de quejas (alarmas en camiones, equipo de vigilancia, proceso de control estático)	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
17.	Limpieza del equipo de la compañía.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
SEGUROS									
18.	Seguridad del embarque.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
19.	La compañía tiene cobertura y seguros satisfactorios	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
FLEXIBILIDAD									
20.	Política de la compañía en los fletes rechazados/devoluciones/no reclamados.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
COMUNICACIÓN									
NOTIFICACION									
21.	Notificación de cambio de precios	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
22.	Notificación de los retrasos en tránsito (por clima, daños del equipo, etc.)	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
23.	Prontas notificaciones de retrasos en las recolecciones.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
RESPUESTA PRONTA									
24.	Respuesta pronta a quejas sobre el servicio de la compañía	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
25.	Respuesta pronta y precisa a preguntas de facturación	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
26.	Habilidad pronta en el estatus de la información:								
	Rastreo de embarques.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
	Entregas.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
27.	Respuesta a tiempo a las peticiones de asistencia	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
28.	Habilidad de la compañía para proveer reportes formales en:								
	Factura inmediata	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
	Reclamos	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
	Entregas en tiempo	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
	Recolecciones en tiempo	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
	Tiempos en tránsito	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
ASISTENCIA									
29.	El representante de ventas proporciona asistencia/asesoramiento en:								
	Soluciones de transporte.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
	Administración de inventarios.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____

Reportes al cliente	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
Sistemas Justo a tiempo entrantes	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
Precios y tarifas	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
Programas de entrenamiento logístico.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
Servicio a los problemas del cliente.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
Sistemas de información y uso de Intercambio Electrónico de Datos (IED).	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
Embalaje para reducir daños.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
30. Frecuencia de las llamadas recibidas del personal de la transportista	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
31. Suministro de información cuando llama el centro de recolección:								
Tiempo de recolección proyectado.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
Tiempo de entrega proyectado.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
Información sobre costos.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
LINEA DIRECTA								
32. Transportista único contacto para resolver problemas operacionales.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
33. La compañía tiene adecuados arreglos de transporte intermodal.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
34. Único punto de contacto para resolver problemas de facturación.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
35. Habilidad de la compañía para responder a preguntas de los clientes con:								
Un solo punto de contacto.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
Respuesta inmediata.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
ADMINISTRACION DE LAS RELACIONES								
36. Amistad con el personal de la compañía	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
MERCADOTECNIA								
PRECIO								
37. Precios competitivos	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
38. Precios bajos	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
39. Provisión de nuevos precios y descuentos en momentos adecuados	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
40. Voluntad para renegociar precios	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
41. Estructura simple y fácil de entender sobre los precios	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
PRODUCTO								
42. La compañía tiene información disponible sobre su:								
Guía de las rutas	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
Fijación de precios	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
43. Reputación de la compañía	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
PROMOCION								
44. Regalos promocionales (playeras, calendarios, etc.)	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
45. Descuentos en efectivo por pronto pago o prepago.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
46. Estructura de la cantidad de descuento basada en:								
Tamaño del embarque.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
Volumen anual de embarques	1	2	3	4	5	_____	_____	_____

RECURSOS HUMANOS

ENVIOS

47.	Calidad de personal encargado de los envíos							
	Conocimiento de las capacidades de la compañía.	1	2	3	4	5	_____	_____
	Prontas notificaciones sobre cambio de horarios.	1	2	3	4	5	_____	_____
	Honestidad.	1	2	3	4	5	_____	_____
	Conocimiento de sus negocios.	1	2	3	4	5	_____	_____
	Interés/Empatía.	1	2	3	4	5	_____	_____
	Amigable	1	2	3	4	5	_____	_____
48.	Habilidad de hacer e ir a citas para entregas	1	2	3	4	5	_____	_____

FACTURACIÓN

49.	Calidad del personal de facturación:							
	Conocimiento de los procedimientos de facturación.	1	2	3	4	5	_____	_____
	Atención inmediata.	1	2	3	4	5	_____	_____
	Honestidad.	1	2	3	4	5	_____	_____
	Conocimiento de sus negocios.	1	2	3	4	5	_____	_____
	Interés/Empatía.	1	2	3	4	5	_____	_____

CHOFERES

50.	Calidad de los conductores:							
	Conocimiento de las capacidades de la compañía.	1	2	3	4	5	_____	_____
	Habilidad para manejar problemas	1	2	3	4	5	_____	_____
	Honestidad	1	2	3	4	5	_____	_____
	Respuesta a preguntas.	1	2	3	4	5	_____	_____
	Servicial.	1	2	3	4	5	_____	_____
	Amigable/Cortés	1	2	3	4	5	_____	_____
	Voluntad para hacer cosas internas.	1	2	3	4	5	_____	_____
	Apariencia uniforme.	1	2	3	4	5	_____	_____
	Horario regulado para las recolecciones	1	2	3	4	5	_____	_____

FUERZA DE VENTAS

51.	Calidad de las fuerzas de venta:							
	Conocimiento de las capacidades de la compañía.	1	2	3	4	5	_____	_____
	Atención inmediata.	1	2	3	4	5	_____	_____
	Honestidad.	1	2	3	4	5	_____	_____
	Interés/Empatía.	1	2	3	4	5	_____	_____
	Amigable	1	2	3	4	5	_____	_____
	Conocimiento de su negocio.	1	2	3	4	5	_____	_____

CAPACIDAD PARA SOLUCION DE PROBLEMAS

52.	Actitud hacia los problemas/quejas	1	2	3	4	5	_____	_____
53.	Disposición del representante a respuestas inadecuadas del cliente	1	2	3	4	5	_____	_____

TECNOLOGIA

FACTURACION

54.	Factura de flete completa/entendible/legible	1	2	3	4	5	_____	_____
55.	Referencias de la factura de flete, bill of lading o numero de control	1	2	3	4	5	_____	_____

56.	Facturación inmediata	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
57.	Prueba de entregas disponible con la factura de flete.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
CODIGO DE BARRAS									
58.	Proporción de precios electrónicamente.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
59.	Modo de comunicación electrónico para:								
	Recolección	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
	Facturación	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
	Rastreo	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
60.	Proporción de código de barras para facilitar el rastreo.	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
61.	En los próximos 5 (cinco) años el código de barras se convertirá mucho más importante en mi selección de compañía consolidada	1	2	3	4	5	_____	_____	_____
62.	Dentro de los 3 (tres) próximos años yo no hare negocios con una compañía que no use el proceso de Control Estadístico y me provea con reportes de desempeño	1	2	3	4	5	_____	_____	_____

4. Conclusiones

El instrumento propuesto originalmente estaba contemplada con 90 preguntas, sin embargo, al aplicar la prueba piloto a 10 empresas los resultados obtenidos se procesaron en el programa SPSS y se logro hacer una depuración quedando 62 ítems, esta herramienta ha sido probada en el ámbito empresarial especialmente en el sector agroindustrial exportador del aguacate ubicados en el estado de Michoacán, en donde los resultados de esta investigación se expusieron en la 12th International Conference of the Society for Global Business and Economic Development, 21-23 de Julio de 2011 en Singapore, lo que ha permitido comprobar su validez y confiabilidad.

Después de realizar una revisión teórica, se elaboró un modelo que está formado por las variables independientes -infraestructura, comunicación, mercadotecnia, recursos humanos y tecnología - y su impacto en la variable dependiente -tercerización de la logística en el transporte internacional-, bajo el cual se propone realizar la evaluación del servicio que se contratará.

La mejora en la competitividad de las empresas en ocasiones puede provenir de la contratación de servicios externos siempre y cuando reúnan las condiciones de calidad, por lo tanto la herramienta propuesta es la adecuada para realizar una evaluación de los proveedores de servicio de transporte internacional.

La cadena de suministro es un factor de competitividad, debido a que las empresas requieren que los productos se entreguen lo más rápido posible, en la cantidad correcta, en el momento adecuado y al precio justo, por lo tanto las empresas que tengan estas características serán las que dominarán los mercados domésticos e internacionales

Cabe mencionar que las empresas que utilizaron esta herramienta, mencionaron qué, este tipo de aportes de la academia a la organización son de gran utilidad, ya qué difícilmente tenían el tiempo y el personal capacitado para desarrollar este tipo de instrumentos, y que al proporcionárselos les permitiría realizar una mejor selección de los proveedores de transporte internacional.

Limitantes

Este trabajo presenta una propuesta de evaluación del servicio de 3PL, sin embargo, existen limitaciones ya que solo se ha probado en la industria agroexportadora, y no se ha probado el instrumento en otro tipo de industrias.

Trabajos citados

- Aertsen, F. (1993). Contracting out the physical distribution function: A tradeoff between asset specificity and performance measurement. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management* , 23 (1), 23–29.
- Ambastha, M., & Momaya, K. (2004). Competitiveness of Firm: Review of Theory, Frameworks, and Models. *Singapore Management Review* , 1 (26), 45-61.
- Armstrong & Associates, Inc. (2001). *Who's Who in Logistics?* San Diego: Armstrong's Guide to 3PL & Global Logistics Services.
- Ayers, J. (2004). *Supply Chain project management: a structured collaborative and measurable approach*. Boca Raton, Fla: St. Lucie Press.
- Ballou, R. (2004). *Logística. Administración de la cadena de suministro* (Quinta Edición ed.). (E. Quintar, Ed.) México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Bhatnagar, R., Sohal, A., & Millen, R. (1999). Third party logistics services: a Singapore perspective. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* , 29 (9), 569-587.
- Bloomen, D., & Petrov, I. (1994). Logistics in Bulgaria: concepts for new market expansion. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* , 24 (2), 30-60.
- Boyson, S., Corsi, T., Dresner, M., & Rabinovich, E. (1999). Managing effective third party logistics relationships: what does it take? . *Journal of Business Logistics* , 20 (1), 73-100.
- Brewer, A. M., Button, K. J., & Hensher, D. A. (2001). *Handbook of logistics and supply chain management*. London: Elsevier Science LTD.
- Christopher, M. (1998). *Logistics and Supply Chain Management* (Second edition ed.). London: Pitman.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2007). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson.
- Christopher, M. (1998). *Logistics and Supply Chain Management: Strategies for reducing cost and improving service*. London, UK: Financial Times.
- Christopher, M. (1982). *The Strategic Issues*. London: Chapman & Hall.
- Christopher, M. (1998). *Logistics and Supply Chain Management: Strategies for reducing cost and improving service*. London: Pitman.
- Cilliers, W., & Nagel, P. (1994). Logistics trends in South Africa. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* , 24 (7), 4-14.
- Cooper, M., Lambert, D. M., & Pagh, J. D. (1997). Supply Chain Management: More than a new name for logistics. *International Journal of Logistics Management* , 8 (1), 1-14.
- Dapiran, P., Lieb, R., Millen, R., & Sohal, A. (1996). Third party logistics services usage by large Australian firms. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* , 26 (10), 36-45.
- Department of Trade and Industry UK, D. (1999, 08 16). *Regional Competitiveness Indicator London*. (D. Publisher, Producer, & Department for trade and Industry/ Office for National Statistics) Retrieved 07 09, 2008, from www.nwri.co.uk/indicators.asp
- Embleton, P., & Wright, P. (1998). A practical guide to successful outsourcing . *Empowerment in Organizations* , 6 (3), 94-106.
- Ezeala- Harrison, F. (1999). *Theory and policy of international competitiveness*. Connecticut, London: Praeger Westport.
- Giménez, C. (2005). Case studies and Surveys in Supply Chain Management Research - Two Complementary Methodologies. *Research Methodologies in Supply Chain Management* (2), 316.
- Giménez, C., & Ventura, E. (2003). Supply Chain Management as a Competitive Advantage in the Spanish Grocery Sector. *The International Journal of Logistics Management* , 14 (1), 77-88.
- Goh, M., & Ang, A. (2000). Some logistics realities in Indochina. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* , 30 (10), 887-911.
- Handfield, R. B., & Nichols, J. (1999). *Introduction to Supply Chain Management*. New York: Prentice Hall.
- HKANA, (. K. (2000). *Achieve Breakthrough Performance in SCM: Case Studies*. Hong Kong.

- Ketler, K., & Walstrom, J. (1993). The outsourcing decision. *International Journal of Information Management* , 13 (6), 449-459.
- Kim, J.-I. (1996). “Logistics in Korea: current state and future directions. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* , 6-21.
- Lambert, D., & Cooper, M. C. (2000). Issues in Supply Chain Management. *Industrial Marketing Management* , 29.
- Lambert, D., Cooper, M., & Janus, P. (1998). Supply Chain Mangement Implementation Issues and Research Opportunities. *International Journal of Logistics Management* , 9 (2), 1-19.
- Lambert, D., Garcia-Dastugue, S., & Croxton, K. (2005). An Evaluation of Process-Oriented Supply Chain Management Frameworks. *Journal of Business Logistics* , 26 (1), 25-52.
- Lieb, R. (1992). The use of third party logistics services by large American manufacturers. *Journal of Business Logistics* , 13 (2), 29-42.
- Lieb, R., & Randall, H. (1996). A comparison of the use of third party logistics services by large American manufacturers, 1991, 1994 and 1995. *Journal of Business Logistics* , 17 (1), 305-320.
- Lieb, R., Miller, R., & Wassenhove, L. (1993). Third party logistics services: a comparison of experienced American and European manufacturers. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* , 35-44.
- Long, D. (2007). *Logística Internacional*. México: LIMUSA.
- Menon, M. (1998). Selection criteria for providers of third-party logistics: An exploratory study . *Journal of Business Logistics* , 19 (1), 121-136.
- Millen, R., & Sohal, A. (1996). Current logistics practices in the Asia Pacific region. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* , 26 (10), 45-64.
- Olhager, J., Persson, F., Parburg, B., & Rusen, S. (2002). Supply Chain impacts at Ericsson - from production units to demand-driven supply units. *International Journal of Technology Management* , 23 (1), 23-35.
- Percin, S. (2009). Evaluation of third-party logistics 3PL providers by using a two- phase AHP and TOPSIS methodology. *Benchmarking: An International Journal* , 16 (5), 588-604.
- Rabinovich, A. (1999). Outsourcing of integrated logistics functions. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management* , 29 (6), 353-373.
- Razzaque, M., & Sheng, C. (1998). Outsourcing of logistics function: a literature survey. *Journal of Physical Distribution & Logistics Management* , 28 (2), 89-107.
- Sahay, B., & Mohan, R. (2006). 3PL practices: an Indian perspective. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* , 36 (9), 666-689.
- Simchi, L., Kaminsky, P., & Simchi-Levi, E. (2000). *Designing and Managing the supply Chain: Concepts, strategies and case studies* . Mc Graw Hill.
- Sink, H., & Langley, C. (1997). A managerial framework for the acquisition of third-party logistics services. *Journal of Business Logistics* , 19 (1), 121–136.
- The Global Supply Chain Forum, (. (1996, February). *Global Supply Chain Forum*. Retrieved Mayo 15, 2009, from fisher.osu.edu/scm
- Vaidyanathan, G. (2005). A FRAMEWORK FOR EVALUATING THIRD-PARTY LOGISTICS. *Communications of the ACM* , 48 (1), 89-94.
- Valenzo, M. A., Martinez, J. A., y Bonales, J. (2010). La Competitividad Logística en Latinoamérica “Un comparativo entre el Índice Logístico vs Propuesta Metodológica”. *Mercados y Negocios* , 20 (1), 85-106.

LA EVALUACIÓN POR PROYECTOS EN LOS CURSOS DE LA LICENCIATURA EN CONTADURÍA DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARMEN

Nancy Verónica Sánchez Sulú nsanchez@pampano.unacar.mx Universidad Autónoma del Carmen
Alicia Sánchez de la Cruz asdelacruz@pampano.unacar.mx Universidad Autónoma del Carmen
Manuel Francisco Arjona García m_arjona_g@hotmail.com Universidad Tecnológica de Campeche

Resumen:

En la última década se han realizado grandes cambios en las instituciones de nivel superior que han repercutido de alguna manera en la creación de nuevas estrategias educativas de acorde a las exigencias de la sociedad. Las organizaciones empresariales de nuestro país hacen más insistencia en que los estudiantes deben de desarrollar una serie de competencias para poder desenvolverse profesionalmente en el campo laboral, a lo cual, la licenciatura en Contaduría de la Universidad Autónoma del Carmen adopta el modelo de evaluación por proyectos con el fin de poder evaluar a sus estudiantes no sólo en el desarrollo de su carrera sino que permite dar seguimiento a su desempeño profesional en el área laboral y desarrollar su creatividad para la elaboración de contenidos técnicos. Al igual esta nueva metodología permite concebir un nuevo enfoque de enseñanza para poder transmitir los conocimientos necesarios que fortalezcan al alumno en su desempeño laboral futuro.

Palabras clave: Contaduría, Desempeño, Estrategia, Evaluación, Proyectos

Abstract

In the last decade there have been major changes in institutions of higher education that have affected in some way in creating new educational strategies according to the demands of society. Business organizations of our country become more insistence that students must develop a set of skills to be able to function professionally in the workplace, to which, a degree in Accounting from the Universidad Autonoma del Carmen adopts the model of project evaluation in order to assess their students not only in their career development but also allows tracking their professional performance in the workplace and develop their creativity to the development of technical content. As this new methodology allows us to conceive a new teaching approach in order to transmit the knowledge necessary to strengthen students in their future job performance.

Key words: Accounting, Performance, Strategy, Evaluation, , Projects

Introducción

Las diversas metodologías docentes hoy en día necesitan beneficiarse de nuevas metodologías complementarias y no solo contar con las tradicionales, esto con la finalidad de que los alumnos logren alcanzar los objetivos establecidos en las asignaturas o cursos.

Las estrategias didácticas son construcciones lógicas pensadas para orientar el aprendizaje y la enseñanza de las competencias en los diversos niveles educativos. Se basan en procedimientos compuestos de un conjunto de etapas que pretenden facilitarles el aprendizaje de las mismas a los estudiantes. Desde el enfoque sistémico complejo al que nos adscribimos, hemos venido proponiendo que el empleo de las estrategias didácticas debe hacerse con flexibilidad y considerando la estructura de cada competencia que

se pretende formar, lo cual implica muchas veces hacer adaptaciones a las recomendaciones o formulaciones realizadas por los autores que originalmente las crearon (García, 2010, pág. 124)

En la actualidad las escuelas de negocios se ven en la necesidad de formar profesionales con capacidades, habilidades y actitudes que sean capaces de resolver problemas y a su vez que permitan generar proyectos sociales que sean pertinentes con su entorno.

Las nuevas exigencias del desarrollo económico, social y político de acuerdo con la cambiante realidad nacional e internacional obligan a que las instituciones de educación superior en México realicen mayores esfuerzos para sembrar una cultura de calidad y dar así un gran salto hacia la excelencia académica. También pretende contribuir a la transformación del actual sistema de educación cerrado, en uno abierto, flexible, innovador y dinámico, que se caracterice por la intensa colaboración interinstitucional, por la operación de redes para el trabajo académico de alcance estatal, regional, nacional e internacional, por la movilidad de profesores y alumnos, y por la búsqueda permanente de nuevas formas de enseñanza- aprendizaje. Por lo que existe la necesidad de formación de recursos humanos lo suficientemente conocedores, competitivos y creativos que puedan satisfacer la demanda de servicios profesionales en las áreas económicas administrativas (Sánchez et al, 2010, pág. 3).

Por su parte, el profesor universitario debe asumir una serie de funciones para estimular este tipo de aprendizaje, más auténtico y duradero. El docente se convierte fundamentalmente en el “director de la orquesta” pues es quien lleva la batuta y la persona encargada de marcar el ritmo de las actividades y tareas que se realizan. Si bien el papel de protagonista o de “músicos” es adoptado por los estudiantes, el profesor siempre ha de estar presente –bien en clase, bien en tutorías- para coordinar y orientar los diferentes trabajos de investigación. En esta metodología de enseñanza universitaria el profesor no aporta directamente la solución a los problemas que se plantean, sino que son los estudiantes los que tienen que reflexionar e indagar sobre las diversas cuestiones que se están abordando. El docente tiene que proporcionar, en consecuencia, un ambiente adecuado que propicie la investigación colaborativa de los estudiantes (López, 2011, pág. 3).

Las nuevas demandas que enfrenta el mercado laboral y las necesidades inéditas de la sociedad mexicana derivadas de la apertura económica y comercial: así como de los fenómenos incorporados en el concepto de la globalización, conforman nuevas circunstancias que imponen mayor competitividad en lo económico, en lo social y en lo político, con reglas de actuación más flexibles y participativas, y llevan a plantear como objetivo final de la educación superior mejorar su calidad actual y ponerla en un nivel anticipatorio que garantice mayor y mejor respuesta a las necesidades presentes y futuras de la sociedad, para cumplir cabalmente su misión de formar seres humanos en el más alto alcance educativo, que sean eficientes y aptos para un mercado laboral cambiante y altamente exigente, y que sean ciudadanos conscientes y comprometidos socialmente con el logro de una mejor calidad de vida para la gran mayoría de la población (Marún – Rosario, 2001, pág. 45).

Antecedentes

La actual Facultad de Ciencias Económicas Administrativas de la Universidad Autónoma del Carmen (UNACAR) surge el 8 de agosto de 1978 por acuerdo del H. Consejo Universitario bajo el nombre de : **Facultad de Comercio y Administración.**

La primera oferta educativa de dicha facultad es la carrera de Contador Público Auditor, incorporando en 1982 la de Administración de Empresas y cuatro años más tarde la de Informática, en el año 2002 se agregan las Licenciaturas de Mercadotecnia y la de Negocios Internacionales.

Fue hasta el 31 de mayo de 2002, que por acuerdo del H. Consejo Universitario se denomina *Facultad de Ciencias Económico Administrativas (F.C.E.A.)*, la cual forma parte de la DES del Área *Socio-Económico Administrativas (DASEA)* y ofrece cuatro carreras: Licenciado en Administración de Empresas, Licenciatura en Contaduría, Licenciado en Negocios internacionales y Licenciado en Mercadotecnia, y a partir del año 2004 la Licenciatura en Hospitalidad, actualmente Licenciatura en Administración Turística (Programa Educativo de Licenciatura en Contaduría 2010).

Los motivos que dieron fuerza a la apertura de la Facultad de Ciencias Económicas administrativas, fueron el de cubrir las inquietudes de conocimientos que se suscitaban en la comunidad, resultado del desarrollo económico que se estaba propiciando en la Ciudad debido al auge del petróleo en esta zona; lo cual llevó al establecimiento de la Empresa Paraestatal PEMEX, así como de Empresas privadas que requerían los servicios de profesionales en las áreas contables y administrativas (UNACAR, www.unacar.mx).

¿Cuál es la labor del docente de la Universidad Autónoma del Carmen?

La labor docente en la implementación de la evaluación por proyecto ha servido de guía y al mismo tiempo como un medio facilitador para apoyar al estudiantado a la solución de problemas que se presentan a lo largo de su carrera profesional

En la Universidad Autónoma del Carmen se ha visto la importancia de buscar una excelencia en como transmitir el conocimiento a los alumnos es por ello que toma como iniciativa el llevar a cabo el método por proyecto en la cual los profesores entregan por escrito los lineamientos con los que se van a solucionando según el plan donde se define los alcances, desarrollo y fechas de entrega de el proyecto, sin dejar de contemplar tareas o actividades que se encuentren en el temario e incluyendo al final del ciclo un presentación de los proyectos.

Fomentar una cultura de calidad, puede coadyuvar para que una institución de educación superior propicie las condiciones de respuesta que le demanda la sociedad, dado que genera las bases para replantearse y cuestionarse su razón de ser, establece la medición de los niveles de satisfacción del mercado de profesionistas, se genera el desarrollo y potenciación (empowerment) de recursos humanos de calidad y con ello se propicia romper con los paradigmas tradicionales de tener una visión estrecha de un mundo local y de corto plazo (Sánchez et al, 2007, pág. 2).

El método de proyectos o PBL

El método de proyectos fue creado por W.H. Kilpatrick en 1918. Es un método esencialmente activo, cuyo propósito es hacer que los alumnos realicen, actúen. Es, en suma, el método de determinar una tarea y pedirle a los alumnos que lo lleven a cabo (Villaroel – Herrera, 2004, Pág. 75)

El aprendizaje basado en proyectos (PBL) pretende huir del modelo de enseñanza tradicional en el sentido de que no busca que los alumnos sean capaces de memorizar conceptos o resolver problemas (generalmente de manera individual) muy parecidos a los expuestos, sino que busca desarrollar unas competencias en los alumnos de manera que éstos puedan, según los proyectos en los que se vean envueltos, desarrollar su propio conocimiento de manera personalizada, con el fin común de resolver un problema en equipo (Pérez – Oyarbide, 2005, Pág 3).

En concreto, se considera que las estrategias PBL son muy adecuadas para desarrollar (entre otras) las siguientes capacidades (Alcober-Ruiz-Valero, 2003, pág. 1) :

- Trabajo en grupo
- Aprendizaje autónomo
- Planificación del tiempo, y trabajo por proyecto
- Capacidad de expresarse de forma adecuada

La aplicación de la metodología ABP se centra en el planteamiento de un problema (situación) por parte del profesorado basado en las competencias cognitivas, aptitudinales y actitudinales que deben adquirir los estudiantes al resolver el mismo. El problema debe conectar el conocimiento previo a nuevos conceptos tanto de la asignatura como de otros cursos y disciplinas (García, 2010, pág. 30).

Metodología de aplicación de la Evaluación por proyectos

Este método de evaluación por proyectos se aplica a todos los cursos de la Licenciatura en Contaduría de la Facultad de Ciencias Económicas administrativas de la UNACAR. La metodología consiste en que el profesor presente un problema, al cual el estudiante analiza y detecta las necesidades del mismo, obtiene la información necesaria para dar solución al problema y de último volver al problema para realizar una buena toma de decisiones. Una de las herramientas que más utilizan para la aplicación de dicho método es la tecnología como instrumento de trabajo y al mismo tiempo como parte de su aprendizaje.

Resultados Obtenidos

Los resultados obtenidos en los alumnos en el tiempo que se ha implementado la evaluación por proyectos en la Licenciatura de Contaduría son:

1. Personalizan los objetivos del cual es la finalidad de los cursos de su carrera. Llevando consigo la responsabilidad de ser proactivos, generadores de soluciones y sobre todo de la adquisición diaria del conocimiento.
2. Visualizan las problemáticas que se le presentan en los cursos como problemáticas del mundo laboral real.
3. Incrementa su calidad formativa profesional en el campo laboral
4. El reconocimiento de las empresas que se encuentran vinculadas a la Universidad Autónoma del Carmen por la formación profesional de los estudiantes.

Conclusiones

El mundo actual se caracteriza por desenvolverse en ambientes altamente dinámicos donde el hombre se encuentra constantemente en la búsqueda del perfeccionamiento, de fuentes y formas de vivir que les permita sentirse mejor consigo mismo, utilizando sus capacidades innatas que le permiten relacionarse con la realidad en la cual está inserto. De las condiciones del entorno se deriva la necesidad del individuo de crear estas fuentes de producción y contribuir en el de otros. El éxito de su actividad está determinado por las habilidades que posea y por las condiciones que le brinda el ambiente, donde el real aprovechamiento de las oportunidades del entorno suele estar influenciado por la formación académica recibida desde la Universidad, a fin de materializar sus expectativas en el campo empresarial (López et al, 2007, pág.81)

Debido a los retos que se presentan en esta sociedad cambiante en que vivimos, el uso de metodologías de aprendizaje debe estar siempre inmersa ha evaluación, por lo que la Universidad Autónoma del Carmen en su afán de formar profesionales integrales busca a estar en la vanguardia en los procesos tecnológicos.

La aplicación de la evaluación por proyectos ha permitido desarrollar en los estudiantes de la Licenciatura en Contaduría el trabajo en equipo, la capacidad de comunicación, la libertad de pensamiento tanto objetivo como crítico, pero sobretodo tener una visión más real de las situaciones que se presentan en el mundo laboral el cal hace posible el aprendizaje basado en competencias.

Así mismo se han conseguido cumplir con los objetivos de los cursos, que vinculados con el desarrollo de las habilidades y conocimientos adquiridos de los alumnos permiten con gran facilidad su integración en el campo laboral.

Referencias Bibliográficas

Alcober, J., Ruiz, S., Valero, M., Evaluación de la implantación del aprendizaje basado en proyectos en la EPSC (2001-2003). XI Congreso Universitario de Innovación Educativa en las Enseñanzas Técnicas, Vilanova i la Geltrú, julio 2003, págs. 1-10

García, J. (2010) Algunas estrategias didácticas para la formación por competencias: el aprendizaje basado en problemas (ABP) y el portafolio del alumno, Revista Electrónica de Desarrollo de Competencias (REDEC), No. 5,pág. 123-147

García, I. (2010) Metodologías docentes. Aplicación práctica a la programación docente en contabilidad, Universidad de Salamanca, Marzo, (págs. 1-94)

López et al (2007), Rasgos determinantes de las aptitudes emprendedoras que forman el perfil de los estudiantes de Contaduría Pública, [versión electrónica], Actualidad Contable FACES, ISSN 1316-8533, Venezuela, año/vol 10, enero-junio, págs.. 81, 80-94

López, J. (2011) Una apuesta de futuro: aprender por proyectos en la universidad , [versión electrónica], Universidad de Sevilla, Revista Iberoamericana de Educación / Revista Ibero-americana de Educação ISSN: 1681-5653 n.º 55/1 Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI-CAEU) , págs.. 1-12

Marún, Elia y Rosario, Víctor (2001), Tendencias de las profesiones del área económico-administrativa, Perfiles educativos, año/vol 23, número 093, ISSN 0185-2698, pág. 44-58

Pérez, Unai y Oyarbide, Aitor (2005), “CEE as WBL”: la adaptación de la formación basada en proyectos a la realidad laboral de los ingenieros en activo, Págs. 3, 1-6.

Programa Educativo de la Licenciatura en Contaduría, 2010

Sánchez et al (2007), Modelo de Dirección Estratégica para fomentar la calidad en una universidad, X Asamblea General de la ALAFEC, págs. 2.1-22

Sánchez et al (2010), LA CREATIVIDAD COMO HERRAMIENTA DIDACTICA EN LA ENSEÑANZA APRENDIZAJE DE LA DISCIPLINA CONTABLE, [versión electrónica], Ponencia presentada en el 1er. Congreso Internacional de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la UMSNH ,págs. 3, 1 – 7

Villaroel, Carlos y Herrera, Carlos (2004) “Sobre la posibilidad de aplicar la metodología orientada al proyecto, en la enseñanza de la Ingeniería de la Universidad de Tarapacá-Chile”, REVISTA FACULTAD DE INGENIERÍA, U.T.A. (CHILE), VOL 12 N° 2, 2004, Págs. 75, 74-83.

www.unacar.mx

LA ENSEÑANZA DEL IDIOMA INGLÉS EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS: PROPUESTA DE UN ENFOQUE INTERDISCIPLINARIO

Leticia Rubicela Rodríguez Ruiz rubicela_rodriguez@hotmail.com, rrodriguez@utmorlia.edu.mx Universidad Tecnológica de Morelia

Resumen:

El presente artículo tiene como propósito el socializar las técnicas y formas de trabajo llevadas a cabo en la Universidad Tecnológica de Morelia, esto con el fin de promover una retroalimentación con otras instituciones de nivel superior para lograr un mejor desempeño en nuestros principales clientes: nuestros alumnos.

La enseñanza del inglés como competencia básica elemental que ya lo es implica un reto para todo docente del idioma: romper paradigmas en el alumno, borrando de su mente frases como “no puedo”, “no me gusta” o “es difícil”, pues con ellas no logra más que bloquearse al aprendizaje.

Se ponen en práctica diferentes técnicas y métodos de enseñanza para trabajar con los alumnos, apegándose a su nivel de conocimiento del idioma, reforzando los aspectos en los que requiere mayor atención.

Palabras clave: agrupamiento, acompasamiento, inglés profesional para propósitos específicos, enfoque interdisciplinario, aprendizaje significativo, inmersión parcial.

Summary:

The purpose of this paper is to share techniques and methods implemented at Universidad Tecnológica de Morelia, this in order to promote a feedback with other institutions of higher education and to achieve an improved performance in our main customers: our students . Nowadays, English is a fundamental and basic competency and it involves a challenge to every teacher of the language: breaking paradigms in the student, removing from his mind phrases like "I can't", "I do not like it" or "it is too difficult" because with them he just closes his mind to the learning process .

We put into practice many techniques and teaching methods to work with students, attending their level of knowledge and also strengthening aspects that require further attention.

We also mean to externalize an approach that achieves better results by students in learning English, this through suitable groups to enable implementation of appropriate and dynamic techniques for each of them besides giving them an opportunity to get in touch with the language.

Keywords: placement test, rapport, professional English for specific purposes, interdisciplinary approach, meaningful learning, partial immersion.

Introducción:

Es bien sabido que la educación en nuestro país no es sino un lienzo de oportunidades para trabajar con la finalidad de proponer mejoras que repercutan en el aprovechamiento real y significativo de nuestros alumnos. Hoy en día nuestros alumnos deben ser competentes, es decir integrales su desempeño ya como profesionales dentro de un mundo netamente globalizado.

El propósito del presente proyecto consiste en externar y compartir una propuesta que logra un mejor aprovechamiento por parte de los alumnos en el aprendizaje del idioma inglés, esto mediante agrupamientos idóneos que permiten la puesta en marcha de técnicas y dinámicas apropiadas para cada uno de ellos, además de brindar la oportunidad a los alumnos de entrar más en contacto con el idioma en general y con su área de especialidad en particular.

Esta propuesta de trabajo nace en la Universidad Tecnológica de Morelia a partir de 2007 como resultado del Proyecto de Homologación del Idioma Extranjero que una servidora planteó con la finalidad de cubrir la necesidad de impulsar el aprovechamiento de los alumnos en el idioma inglés, poniendo sobre la mesa varias propuestas que iban desde el agrupamiento de los estudiantes en bloques por nivel de conocimiento del idioma mezclando los diversos programas educativos (que sólo involucraba a los docentes del área de idiomas) hasta la propuesta del agrupamiento de los alumnos tanto por nivel de conocimiento del idioma como por el área de especialidad (integrando a su vez a docentes de cada especialidad de la universidad, resultando esta práctica en un enfoque integrador totalmente interdisciplinario, lo cual, como veremos a continuación marcó la diferencia entre un alumno competente totalmente integrado a su campo laboral y un alumno que sólo tomaba la materia de inglés por el simple hecho de formar parte de su retícula.

Marco teórico de referencia:

Es fundamental que en el tiempo presente, los docentes seamos poseedores de conocimientos que nos permitan desenvolvemos tomando en cuenta los cambios constantes dentro de nuestras aulas, de manera que propiciemos en nuestros alumnos aprendizajes realmente significativos y que promuevan el desarrollo de sus estructuras cognitivas.

Sin lugar a dudas, tomo como marco de referencia la Teoría del Aprendizaje Significativo de David Ausubel , poniendo sobre la mesa sus características e influencia en la labor educativa, haciendo énfasis en la diferencia entre el aprendizaje significativo y el mecánico, con la finalidad de diferenciar los tipos de aprendizaje y su respectiva asimilación en la estructura cognitiva.

Durante mucho tiempo se consideró que el aprendizaje era sinónimo de cambio de conducta, esto, porque dominó una perspectiva conductista de la labor educativa; sin embargo, se puede afirmar con certeza que el aprendizaje humano va más allá de un simple cambio de conducta, conduce a un cambio en el significado de la experiencia.

La experiencia humana no solo implica pensamiento, sino también afectividad y competitividad y únicamente cuando se consideran en conjunto se capacita al individuo para enriquecer el significado de su experiencia.

Para entender la labor educativa, es necesario tener en consideración otros tres elementos del proceso educativo: los profesores y su manera de enseñar; la estructura de los conocimientos que conforman los programas de estudio y el modo en que éste se produce y el entorno social en el que se desarrolla el proceso educativo.

Basándonos en los métodos de “prueba y error” que son procedimientos ciegos, difíciles y costosos (AUSUBEL: 1983), la "teoría del aprendizaje" ofrece una explicación sistemática, coherente y unitaria del ¿cómo se aprende?, ¿Cuáles son los límites del aprendizaje?, ¿Porqué se olvida lo aprendido?, y complementando a las teorías del aprendizaje encontramos a los "principios del aprendizaje", ya que se ocupan de estudiar a los factores que contribuyen a que ocurra el aprendizaje, en los que se fundamentará la labor educativa; en este sentido, si el docente desempeña su labor fundamentándola en principios de aprendizaje bien establecidos, podrá sin lugar a dudas elegir nuevas técnicas y métodos de enseñanza y mejorar la efectividad de su desempeño.

La teoría del aprendizaje significativo de Ausubel, ofrece en este sentido el marco apropiado para el desarrollo de la labor educativa, así como para el diseño de técnicas educacionales coherentes con tales principios, constituyéndose en un marco teórico que favorecerá dicho proceso.

Teoría del aprendizaje significativo

Ausubel plantea que el aprendizaje del alumno depende de la estructura cognitiva previa que se relaciona con la nueva información, debe entenderse por "estructura cognitiva", al conjunto de conceptos, ideas que un individuo posee en un determinado campo del conocimiento, así como su organización.

En el proceso de orientación del aprendizaje, es de vital importancia conocer la estructura cognitiva del alumno; no sólo se trata de saber la cantidad de información que posee, sino cuales son los conceptos y en nuestro caso el nivel de conocimiento del idioma que maneja así como de su grado de estabilidad. Los principios de aprendizaje propuestos por Ausubel, ofrecen el marco para el diseño de herramientas metacognitivas que permiten conocer la organización de la estructura cognitiva del educando, lo cual permitirá una mejor orientación de la labor educativa, ésta ya no se verá como una labor que deba desarrollarse con "mentes en blanco" o que el aprendizaje de los alumnos comience de "cero", pues no es así, sino que, los educandos tienen una serie de experiencias y conocimientos que afectan su aprendizaje y pueden ser aprovechados para su beneficio.

Ausubel resume este hecho de la siguiente manera: "Si tuviese que reducir toda la psicología educativa a un solo principio, enunciaría este: El factor más importante que influye en el aprendizaje es lo que el alumno ya sabe. Averígüese esto y enséñese consecuentemente".

Aprendizaje significativo y aprendizaje mecánico

Un aprendizaje es significativo cuando los contenidos: Son relacionados de modo no arbitrario y sustancial (no al pie de la letra) con lo que el alumno ya sabe. Por relación sustancial y no arbitraria se debe entender que las ideas se relacionan con algún aspecto existente específicamente relevante de la estructura cognoscitiva del alumno, como una imagen, un símbolo ya significativo, un concepto o una proposición (AUSUBEL; 1983 :18).

Esto quiere decir que en el proceso educativo, es importante considerar lo que el individuo ya sabe de tal manera que establezca una relación con aquello que debe aprender. Este proceso tiene lugar si el educando tiene en su estructura cognitiva conceptos, estos son: ideas, proposiciones, estables y definidos, con los cuales la nueva información puede interactuar.

El aprendizaje significativo ocurre cuando una nueva información "se conecta" con un concepto relevante ("subsunsor") pre existente en la estructura cognitiva, esto implica que, las nuevas ideas, conceptos y proposiciones pueden ser aprendidos significativamente en la medida en que otras ideas, conceptos o proposiciones relevantes estén adecuadamente claras y disponibles en la estructura cognitiva del individuo y que funcionen como un punto de "anclaje" a las primeras. En nuestro caso, la relación del estudio del contenido de vocabulario y procesos de la especialidad a la par con el inglés crea un detonante en la mente del alumno, haciendo interesante y relevante dicho aprendizaje.

La característica más importante del aprendizaje significativo es que, produce una interacción entre los conocimientos más relevantes de la estructura cognitiva y la nueva información (no es una simple asociación), de tal modo que ésta adquiere un significado y es integrada a la estructura cognitiva de manera no arbitraria y sustancial, favoreciendo la diferenciación, evolución y estabilidad de los subsunsores pre existentes y consecuentemente de toda la estructura cognitiva.

El aprendizaje mecánico, contrariamente al aprendizaje significativo, se produce cuando no existen subsunsores adecuados, de tal forma que la nueva información es almacenada arbitrariamente, sin interactuar con conocimientos pre- existentes, un ejemplo de ello sería la memorización de una lista de verbos, siendo esta nueva información incorporada a la estructura cognitiva de manera literal y arbitraria puesto que consta de puras asociaciones arbitrarias, [cuando], "el alumno carece de conocimientos previos relevantes y necesarios para hacer que la tarea de aprendizaje sea potencialmente significativo" (independientemente de la cantidad de significado potencial que la tarea tenga)... AUSUBEL; 1983: 37).

Obviamente, el aprendizaje mecánico no se da en un "vacío cognitivo" puesto que debe existir algún tipo de asociación, pero no en el sentido de una interacción como en el aprendizaje significativo. El aprendizaje mecánico puede ser necesario en algunos casos, por ejemplo en la fase inicial de un nuevo cuerpo de conocimientos, cuando no existen conceptos relevantes con los cuales pueda interactuar, en todo caso el aprendizaje significativo debe ser preferido, pues, este facilita la adquisición de significados, la retención y la transferencia de lo aprendido.

Finalmente Ausubel no establece una distinción entre aprendizaje significativo y mecánico como una dicotomía, sino como un "continuum", es más, ambos tipos de aprendizaje pueden ocurrir al mismo tiempo en la misma tarea de aprendizaje (AUSUBEL; 1983); por ejemplo la simple memorización de vocabulario se ubicaría en uno de los extremos de ese continuo (aprendizaje mecánico) y el aprendizaje de relaciones –vocabulario técnico o de la especialidad- entre conceptos podría ubicarse en el otro extremo (aprendizaje significativo) cabe resaltar que existen tipos de aprendizaje intermedios que comparten algunas propiedades de los aprendizajes antes mencionados, por ejemplo Aprendizaje de representaciones o el aprendizaje de los nombres de los objetos.

A su vez, AUSUBEL dice: El alumno debe manifestar [...] una disposición para relacionar sustancial y no arbitrariamente el nuevo material con su estructura cognoscitiva, como que el material que aprende es potencialmente significativo para él, es decir, relacionable con su estructura de conocimiento sobre una base no arbitraria (AUSUBEL;1983: 48).

Lo anterior presupone:

Que el material sea potencialmente significativo, esto implica que el material de aprendizaje pueda relacionarse de manera no arbitraria y sustancial (no al pie de la letra) con alguna estructura cognoscitiva específica del alumno, la misma que debe poseer "significado lógico" es decir, ser relacionable de forma intencional y sustancial con las ideas correspondientes y pertinentes que se hallan disponibles en la estructura cognitiva del alumno, este significado se refiere a las características inherentes del material que se va aprender y a su naturaleza.

Cuando el significado potencial se convierte en contenido cognoscitivo nuevo, diferenciado e idiosincrático dentro de un individuo en particular como resultado del aprendizaje significativo, se puede decir que ha adquirido un "significado psicológico" de esta forma el emerger del significado psicológico no solo depende de la representación que el alumno haga del material lógicamente significativo, " sino también que tal alumno posea realmente los antecedentes ideáticos necesarios" (AUSUBEL:1983:55) en su estructura cognitiva.

A su vez es importante la disposición para el aprendizaje significativo, es decir que el alumno muestre una disposición para relacionar de manera sustantiva y no literal el nuevo conocimiento con su estructura cognitiva. Así independientemente de cuanto significado potencial posea el material a ser aprendido, si la intención del alumno es memorizar arbitraria y literalmente, tanto el proceso de aprendizaje como sus resultados serán mecánicos; de manera inversa, sin importar lo significativo de

la disposición del alumno, ni el proceso, ni el resultado serán significativos, si el material no es potencialmente significativo, y si no es relacionable con su estructura cognitiva.

Tipos de aprendizaje significativo.

Es importante recalcar que el aprendizaje significativo no es la "simple conexión" de la información nueva con la ya existente en la estructura cognoscitiva del que aprende, por el contrario, sólo el aprendizaje mecánico es la "simple conexión", arbitraria y no sustantiva; el aprendizaje significativo involucra la modificación y evolución de la nueva información, así como de la estructura cognoscitiva envuelta en el aprendizaje.

Ausubel distingue tres tipos de aprendizaje significativo: de representaciones conceptos y de proposiciones.

Aprendizaje de representaciones

Es el aprendizaje más elemental del cual dependen los demás tipos de aprendizaje. Consiste en la atribución de significados a determinados símbolos, al respecto AUSUBEL dice:

“Ocurre cuando se igualan en significado símbolos arbitrarios con sus referentes (objetos, eventos, conceptos) y significan para el alumno cualquier significado al que sus referentes aludan” (AUSUBEL;1983:46).

Aprendizaje de conceptos

Los conceptos se definen como "objetos, eventos, situaciones o propiedades de que posee atributos de criterios comunes y que se designan mediante algún símbolo o signos" (AUSUBEL 1983:61), partiendo de ello podemos afirmar que en cierta forma también es un aprendizaje de representaciones.

Los conceptos son adquiridos a través de dos procesos. Formación y asimilación. En la formación de conceptos, los atributos de criterio (características) del concepto se adquieren a través de la experiencia directa, en sucesivas etapas de formulación y prueba de hipótesis, El aprendizaje de conceptos por asimilación se produce a medida que el individuo amplía su vocabulario, pues los atributos de criterio de los conceptos se pueden definir usando las combinaciones disponibles en la estructura cognitiva.

Aprendizaje de proposiciones.

Este tipo de aprendizaje va más allá de la simple asimilación de lo que representan las palabras, combinadas o aisladas, puesto que exige captar el significado de las ideas expresadas en forma de proposiciones.

El aprendizaje de proposiciones implica la combinación y relación de varias palabras cada una de las cuales constituye un referente unitario, luego estas se combinan de tal forma que la idea resultante es más que la simple suma de los significados de las palabras componentes individuales, produciendo un nuevo significado que es asimilado a la estructura cognoscitiva en nuestro caso se implementa al pedir al alumno que describa algún proceso de la materia de especialidad.

Principio de la asimilación

El Principio de asimilación se refiere a la interacción entre el nuevo material que será aprendido y la estructura cognoscitiva existente origina una reorganización de los nuevos y antiguos significados para formar una estructura cognoscitiva diferenciada, esta interacción de la información nueva con las ideas pertinentes que existen en la estructura cognitiva propician su asimilación.

Por asimilación entendemos el proceso mediante el cual "la nueva información es vinculada con aspectos relevantes y pre existentes en la estructura cognoscitiva, proceso en que se modifica la información recientemente adquirida y la estructura pre existente" (AUSUBEL; 1983:71), al respecto Ausubel recalca: "Este proceso de interacción modifica tanto el significado de la nueva información como el significado del concepto o proposición al cual está afianzada. (AUSUBEL; 1983:120).

La teoría de la asimilación considera también un proceso posterior de "olvido" y que consiste en la "reducción" gradual de los significados con respecto a los subsunores. Olvidar representa así una pérdida progresiva de disociabilidad de las ideas recién asimiladas respecto a la matriz ideativa a la que estén incorporadas en relación con la cual surgen sus significados (AUSUBEL;1983:126).

La esencia la teoría de la asimilación reside en que los nuevos significados son adquiridos a través de la interacción de los nuevos conocimientos con los conceptos o proposiciones previas, existentes en la estructura cognitiva del que aprende.

Dependiendo como la nueva información interactúa con la estructura cognitiva, las formas de aprendizaje planteadas por la teoría de asimilación son las siguientes.

Aprendizaje subordinado

Este aprendizaje se presenta cuando la nueva información es vinculada con los conocimientos pertinentes de la estructura cognoscitiva previa del alumno, es decir cuando existe una relación de subordinación entre el nuevo material y la estructura cognitiva pre existente, es el típico proceso de subsunción .

El aprendizaje de conceptos y de proposiciones, hasta aquí descritos reflejan una relación de subordinación, pues involucran la subsunción de conceptos y proposiciones potencialmente significativos a las ideas más generales e inclusivas ya existentes en la estructura cognoscitiva.

Ausubel afirma que la estructura cognitiva tiende a una organización jerárquica en relación al nivel de abstracción, generalidad e inclusividad de las ideas, y que, "la organización mental" [...] ejemplifica una pirámide [...] en que las ideas más inclusivas se encuentran en el ápice, e incluyen ideas progresivamente menos amplias (AUSUBEL;1983:121).

El aprendizaje subordinado puede a su vez ser de dos tipos: Derivativo y Correlativo. El primero ocurre cuando el material es aprendido y entendido como un ejemplo específico de un concepto ya existente, confirma o ilustra una proposición general previamente aprendida. El significado del nuevo concepto surge sin mucho esfuerzo, debido a que es directamente derivable o está implícito en un concepto o proposición más inclusiva ya existente en la estructura cognitiva,.

Aprendizaje supraordinado

Ocurre cuando una nueva proposición se relaciona con ideas subordinadas específicas ya establecidas, "tienen lugar en el curso del razonamiento inductivo o cuando el material expuesto [...]implica la síntesis de ideas componentes" (AUSUBEL; 1983:83),

Aprendizaje combinatorio

Este tipo de aprendizaje se caracteriza por que la nueva información no se relaciona de manera subordinada, ni supraordinada con la estructura cognoscitiva previa, sino se relaciona de manera general con aspectos relevantes de la estructura cognoscitiva. Es como si la nueva información fuera potencialmente significativa con toda la estructura cognoscitiva.

Considerando la disponibilidad de contenidos relevantes apenas en forma general, en este tipo de aprendizaje, las proposiciones son, probablemente las menos relacionables y menos capaces de "conectarse" en los conocimientos existentes, y por lo tanto más dificultosa para su aprendizaje y retención que las proposiciones subordinadas y supraordinadas; este hecho es una consecuencia directa del papel crucial que juega la disponibilidad subsunores relevantes y específicos para el aprendizaje significativo.

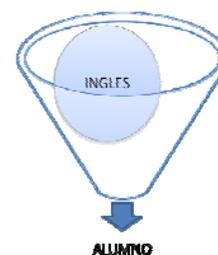
Antecedentes y contexto de observación:

Actualmente laboro como profesora de tiempo completo en la Universidad Tecnológica de Morelia, llevando a cabo la función de coordinadora del Programa de Homologación del Idioma Extranjero en la misma desde septiembre de 2007.

Puedo decir que como profesora de inglés dentro de la Universidad Tecnológica de Morelia, representa todo un reto el trabajar inmersa en la impartición de una asignatura de naturaleza totalmente transversal, pero teniendo que estar apegada a su vez a las necesidades y requerimientos de cada uno de los programas educativos (en nuestro caso seis).

En la UTM se impartía la materia de inglés bajo un sistema de enseñanza tradicional teniendo como resultado un aprendizaje mecánico por parte de los alumnos sin tomar en cuenta las características de los mismos, ni las necesidades del entorno en el cual dichos alumnos ya como egresados de la misma universidad se vendrían a desempeñar profesionalmente, convirtiéndolo esto en un egresado poco competitivo y con menos oportunidades para poder crecer en su área de trabajo.

Ante retos tales como la enseñanza basada en competencias, y datos estadísticos que nos dicen que de cerca de 1,400 millones de personas viviendo en países donde el idioma inglés tiene algún carácter oficial de ellas 372 millones habla el inglés como lengua nativa, cerca de 375 lo hablan como segunda lengua, y más de 750 lo hablan como lengua extranjera (CENNI 2010), llegando a ser clasificado como el lenguaje mundial estándar, se tenía que proponer una propuesta que generara un cambio de paradigma al interior del alumno con relación al idioma.



Desarrollo del proyecto y metodología aplicada:

Comencé pues con el agrupamiento por "bloques", aplicando un examen de diagnóstico, detectándose como resultado del mismo diferentes niveles de conocimiento de los alumnos de todos los programas educativos, lo cual hacía difícil la labor de los profesores al tratar de implementar estrategias para la impartición de su clase, repercutiendo por lo tanto, en el aprovechamiento de los alumnos.

Se llevó a cabo el agrupamiento de los alumnos dependiendo de su nivel de conocimiento del idioma, sin tomar en cuenta la especialidad de ellos, lo cual significó un avance, sin embargo, aun y cuando ya se podía trabajar con el grupo de una forma más homogénea y aplicando dinámicas más ad hoc a cada uno de ellos, seguía quedando un dejo de falta de interés por parte de los alumnos, pues aunque se intentaba integrar el inglés técnico, eso era prácticamente imposible debido a la mezcla de los grupos sin tomar en cuenta las carreras. Dicho agrupamiento representaba también un reto para integrar las calificaciones de los alumnos al final de cada parcial, lo cual tenía que realizar manualmente, integrando una a una la calificación de cerca de 800 alumnos.

Programa del tipo Inmersión parcial



¿Se puede implementar este tipo de enseñanza dentro de una universidad pública?, ¡claro!, con un poco más de trabajo y esfuerzo colaborativo se implementó el programa de inmersión parcial con los alumnos, y consiste en ofrecerles aparte de su clase habitual de inglés clases de la especialidad también en inglés, integrando de nuevo el aspecto del aprendizaje significativo.

En consenso con los directores de carrera e integrantes de la academia, se llegó a la conclusión de que era sumamente importante el integrar en el día a día el uso del inglés técnico, tomando en cuenta la vocación de los alumnos, por lo que decidí llevar a cabo la clasificación de

los mismos por nivel de conocimiento, pero además por programa educativo, proponiendo de esta forma la integración de los grupos tipo “GO” (Grupo Origen), es decir, agrupamientos por programa educativo y desde un origen, o sea desde la llegada del mismo alumno a la universidad.

De esta forma, llevo a cabo la conformación de los grupos después de haber aplicado el examen de diagnóstico a cada uno de los alumnos, prevaleciendo el mismo grupo para poder tomar su clase de inglés, lo cual en cierta forma les permite que prevalezca la adhesión al grupo y el tener cierta confianza con el mismo, pues ya no se cambian a otra aula ni interactúan con diferentes compañeros, lo cual es importante para generar el correcto acompañamiento (rapport), sobretodo en nuestro sistema educativo tan dinámico y corto, en el cual se tiene que aprovechar el día con día.

A todo esto, ¿cómo integramos nuestros grupos a trabajar, potencializando las habilidades de cada uno de ellos?

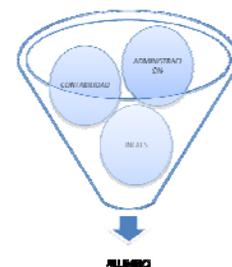
Se propusieron dinámicas y actividades propias para cada nivel detectado, trabajando con los métodos propuestos, proponiendo el inglés técnico para los grupos básicos (grupos beta y gama) a partir del tercer cuatrimestre ya con métodos orientados a cada especialidad (cabe mencionar que hay libros muy buenos en los cuales se aborda el inglés técnico para niveles básicos).

A su vez, trabajamos presentaciones de proyectos en inglés por parte de los alumnos a partir del tercer cuatrimestre en los cuales los alumnos exponen y retroalimentan sus trabajos realizados.

Se determinaron pues tres tipos de grupos:

- a) Grupo alfa.- Integrado por alumnos con un nivel de entre un A2 y un B1 en relación al Marco Europeo de Referencia.
- b) Grupo beta.- Conformado por alumnos de nivel A1 y A2 bajo en relación al Marco Europeo de Referencia –cabe mencionar que la mayoría de nuestros alumnos se encuentra en este grupo-.
- c) Grupo gama.- Conformado por alumnos con un nivel A1 bajo y preliminar.

Con los niveles avanzados (grupos alfa) se tiene todo un abanico de dinámicas y propuestas, yéndonos ya más a la parte interdisciplinaria de la enseñanza (trabajando en conjunto con los maestros de la especialidad), pero, la propuesta primordial de trabajo con la cual se le da a los estudiantes la oportunidad de poder estar en contacto directo con el idioma hasta por ocho horas diarias, consiste en proponer a los maestros de la especialidad el



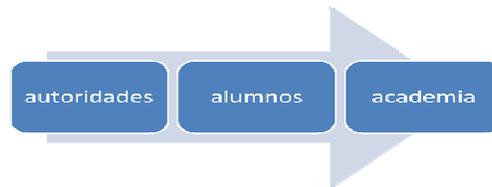
que

impartan sus clases totalmente en inglés a todo el grupo avanzado (grupos alfa), es decir, que dicho grupo pueda tomar sus clases en otro idioma, lo cual representa un plus en nuestra oferta y un deleite para nuestros alumnos.

Alcances y limitaciones del proyecto:

El alcance de este proyecto es ambicioso pues se extiende hacia todos los programas educativos de la universidad.

A lo largo del trabajo realizado y desde un inicio se pudo constatar que tiene que haber un convencimiento total de tres partes que yo considero aristas fundamentales para el desarrollo del proyecto:



El desaliento en cualquiera de ellas repercute de gran manera en el resultado óptimo de los trabajos, siendo sin lugar a dudas el trabajo en equipo el factor más importante del proyecto.

Resultados y conclusiones:

El haber arrancado con este proyecto ha sido sin lugar a dudas un reto en lo personal y una gran satisfacción en lo profesional, pues me ha permitido llevar a la práctica exitosa una serie de métodos y doctrinas teóricas (aprendizaje significativo, Ausubel, inmersión parcial) que sólo conocía a nivel del papel. el aplicar conocimientos coordinados con un equipo de trabajo profesional me ha deparado una enseñanza continua en todos los sentidos.

El saber que desde el aula ya estas marcando la diferencia con los alumnos es motivacional día a día, al integrar no sólo aquello que en el momento les interesa, sino que además va a contribuir en su desarrollo y desempeño profesional.

Finalmente, me atrevo a decir que ninguna propuesta de trabajo puede cristalizar si no existe el compromiso del equipo de trabajo, no refiriéndome sólo al de los profesores (que es la parte medular del equipo) sino también a directivos, profesores de la especialidad y los mismos alumnos, sin cuyo apoyo ninguna propuesta puede nacer, crecer y madurar.

Referencias Bibliográficas:

Libros:

Ausubel, Novak, Hanesian . (1983). *Psicología educativa: un punto de vista cognoscitivo*. 2da. Edición, México: Trillas.

Coll, Palacios, Marchesi. (1992). *Desarrollo psicológico y educación*. Madrid: Alianza.

Novak, Gowin. (1988). *Aprendiendo a aprender*. Barcelona: Martínez Roca.

Artículos:

Palomino, Delgado, Valcarcel. (1996). *E.T.: Un enfoque constructivistas*. EII Encuentro de Físicos en la Región Inka. UNSAAC.

Fuentes electrónicas:

Vandenbos, G., Knapp, S. and Doe, J. (2001). Role of reference elements in the selection of resources by psychology undergraduates [versión electrónica], *Journal of Bibliographic Research*, No. 5, pp 117-123.

CENNI (2011). Certificación Nacional de Nivel de Idioma. Recuperado el 20 de octubre de 2011, de <http://www.cenni.sep.gob.mx/>

LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS: ESTUDIOS INTERDISCIPLINARIOS Y MÉTODO DELPHI. DOS HERRAMIENTAS PARA DESARROLLAR COMPETENCIAS EN LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA

Gabriela Ruiz de la Torre¹⁵ garuizuni@yahoo.com.mx Universidad Pedagógica Nacional

Juan Carlos Gómez Revuelta¹⁶ gocar28@gmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

Este artículo se compone de tres apartados, el primero de ellos analiza la importancia de realizar estudios, investigaciones e incluso didáctica interdisciplinaria al desarrollar tareas, así como otros trabajos académicos propuestos en los programas educativos de las ciencias económico-administrativas, en concreto: la contaduría y las ciencias administrativas.

En una segunda parte del documento encontramos algunas precisiones retomadas sobre la importancia de precisar la metodología a seguir en las investigaciones que se realizan en los estudios de la licenciatura en contaduría y ciencias administrativas, nos centramos en el uso de un método de investigación (Delphi) que reúne características interdisciplinarias y que servirá tanto a contadores, administradores como a cualquier otro profesional no sólo de las ciencias económicas sino también de las ciencias sociales.

La tercera parte del estudio conjunta, las conclusiones extraídas sobre el análisis del uso de estas dos herramientas de investigación y construcción de conocimientos, se concluye precisando cómo es que estas herramientas contribuyen a la construcción de conocimientos científicos y al desarrollo de competencias en los profesionales de las ciencias económico-administrativas.

Palabras clave:

Investigación, Interdisciplinarietà, método delphi, competencias.

Abstract:

This article consists of three sections, the first of which discusses the importance of conducting studies, research and even in developing interdisciplinary teaching tasks, and other scholarly works proposed in the educational programs of economic and administrative sciences, namely: the accounting and administrative sciences.

In a second part of the resumed find some details about the importance of defining the methodology to be followed in investigations carried out in undergraduate studies in accounting and management science, we focus on the use of a research method (Delphi) interdisciplinary gathering that will feature both accountants, administrators and other professional science not only economic but also social science.

¹⁵ Licenciada en Educación, Abogada, Maestra en Fiscal, Maestra en Educación con campo en Desarrollo Curricular. Profesora de Carrera en la Universidad Pedagógica Nacional.

¹⁶ Abogado, Maestro en Docencia en Ciencias Sociales. Profesor e Investigador en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, adscrito a las Facultades de Contaduría y Ciencias Administrativas y a la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales.

The third part of this study are the conclusions, them drawn on the analysis of the use of these tools for research and construction of knowledge, we concluded pointing out how these tools contribute to the construction of scientific knowledge and skills development professionals economic and Administrative Sciences.

Key words:

Research, Interdisciplinarity, delphi method, skills.

1. A manera de introducción

La investigación representa una tarea sustantiva pero al mismo una preocupación de las instituciones de educación superior, la producción y la calidad en las investigaciones científicas y de difusión del conocimiento. Por ello, la reflexión en este estudio se centra en el análisis sobre algunas novedosas y vanguardistas estrategias e instrumentos que pueden contribuir al desarrollo de la investigación científica en el terreno universitario.

Se incluyen entonces dos planteamientos que se suman al fortalecimiento de la investigación: por una parte, la posibilidad de realizar estudios interdisciplinarios y por otra, la importancia de implementar diferentes métodos y metodologías que alcancen información valiosa, científica pero además, que involucren a otros actores en el proceso investigativo, para lo cual nos adentramos en el explicación de uno de estos métodos futuristas: el método delphi.

Estos planteamientos se realizan con el ánimo de generar la inquietud para realizar estudios interdisciplinarios y cualitativos en las investigaciones de los estudiantes y otros estudiosos de las ciencias económico-administrativas.

En forma paralela a la implementación de investigaciones interdisciplinarias, cualitativas y futuristas, señalamos en la parte final del estudio que estas estrategias y métodos, sirven de andamio en la construcción de competencias en quienes se involucran en investigaciones con estas características.

2. ¿Por qué la interdisciplinarietà?

Para responder a esta pregunta la opinión de Pablo González Casanova representa una de las más significativas respuestas -o denuncias, mejor dicho, en contra del enfoque tradicional especializado de formación universitaria-, con un importante peso tanto académico como científico que requiere ser citada en cualquier estudio sobre educación y diseño curricular universitario.

Con este respaldo se recaban sus opiniones sobre el análisis multidisciplinario e interdisciplinario de la currícula y la investigación universitaria que deja atrás la formación especializante y aislada en los estudios universitarios:

“... en la misma forma distorsionada de pensar proponemos especializaciones disciplinarias que no sólo van contra la creciente actividad multi e interdisciplinaria en ciencias y humanidades, sino contra la necesidad de que la universidad y la escuela transmitan a la vez los fundamentos de una cultura general y las formas y prácticas de alcanzar el rigor y la calidad del trabajo especializado, así como la posibilidad de cambiar de especialidad en el curso de la vida. Con falsos argumentos, el pseudo educador se oculta los objetivos en educación, habla pretenciosamente de objetivos que no son los prioritarios y propone medidas que nada tienen que ver con los objetivos que dice o cree proponerse.

*A menudo nos empeñamos en reformar y tomamos como dogma inestable los prejuicios que circulan, sin cuestionarlos y sin buscar las más profundas soluciones. La circulación de prejuicios y falsedades ha de ser enfrentada con firmeza”.*¹⁷

Lo anterior explica que para poder transitar a escenarios más promisorios en el campo del desarrollo curricular y la investigación en la educación superior, los diseños curriculares deben cuidar el enfoque multidisciplinario e interdisciplinario principalmente en los contenidos de las asignaturas relacionadas con metodología de la investigación y otras de carácter optativo, lo que se justifica con la integración de asignaturas de formación integral¹⁸, la libre elección de asignaturas en los estudiantes, etc. Para lo cual se retoma el estudio de Olmeda, que puntualiza que todo nuevo modelo o diseño curricular deberá:

- *Promover la formación integral del estudiante, considerando tanto el contenido disciplinario como la parte valorativa, que permita al educando a la vez de un alto dominio de su profesión, el abordaje de problemas éticos fundamentales.*
- *Asignar una relevancia total al contenido de los currículos considerando las nuevas situaciones tanto del campo del conocimiento como de la sociedad.*
- *Superar el concepto de escuela, facultad e instituto, en aras de la educación integral del educando, mediante la interdisciplina, que permita una formación polivalente y versátil, con mayor capacidad de innovación, adaptación y promoción del cambio, y que facilite a la vez la movilidad académica.*¹⁹

Estas afirmaciones, necesariamente obligan a realizar una lectura y un análisis más profundo a los planes y programas de las instituciones de educación superior, a efecto de realizar un diagnóstico y propuestas sobre las condiciones en que se encuentran éstos, advertir su pertinencia o en su caso obsolescencia principalmente en las áreas de investigación que sostienen a los planes y programas de nivel licenciatura y posgrado.

Debemos informarnos e involucrarnos en proyectos de desarrollo curricular y didáctica universitaria que promuevan la inter y la transdisciplina, aprovechar la rica oferta académica que ofrecen las dependencias de educación superior de la Casa de Hidalgo.

Ir más allá de trabajos e investigaciones que únicamente inciden en la escuela o instituto donde se ejerce nuestra práctica docente y formamos administradores o contadores, es necesario rebasar las paredes de la institución acudir a otras escuelas, institutos o facultades a realizar investigaciones y también abrir las puertas a otros estudiantes e investigadores que están realizando estudios en otras áreas del conocimiento, esto permitirá amalgamar investigaciones caracterizadas por la inter y la transdisciplinariedad.

¹⁷ González Casanova, Pablo,(2001) *La universidad necesaria en el siglo XXI*, 1a. ed., México, Editorial Era, pp. 136-137.

¹⁸ Marcos Kaplan retoma la flexibilidad curricular y de la formación integral y señala que esta flexibilización se concibe como flexibilización de formulas de formación e indica que *a la necesidad de no privilegiar una universidad de meros profesionales y especialistas. La profesionalización limitada y la especialización prematura y extrema, incorporadas a ciertas variedades de modernización, identifican la educación superior con la trasmisión memorista de información corriente. Imponen el predominio de la instrucción que confirma y desarrolla ideas anteriores, en detrimento de la auténtica información, de su uso creativo, y de las exigencias y procedimientos de la investigación científica y la innovación tecnológica” véase Kaplan, Marcos,(1996). Universidad nacional, sociedad y desarrollo, 1a. ed., México, ANUIES, pp. 75-77.*

¹⁹ Olmeda García Marina del Pilar (1996). “Estructura curricular y organización de planes y programas de estudio para la movilidad estudiantil” en *Problemas y Perspectivas del Intercambio Académico*. Ambriz Chávez Rebeca, María Luisa González González (coords.) Temas de Hoy No. 15. México. ANUIES, pp. 94.

3. El Método Delphi

En forma complementaria a las afirmaciones vertidas en el apartado anterior, nos hemos permitido realizar reflexiones sobre el método delphi, en la perspectiva de que este también facilita la realización de investigaciones inter y transdisciplinarias dentro de las ciencias económico administrativas, atendiendo a sus fundamentos y también por las importantes aportaciones que realiza al conocimiento científico al involucrar a otros actores.

Para expresar mejor esta afirmación, hemos de remitirnos a la parte final del apartado que antecede, donde se invita a vincular los programas educativos y abrir las puertas a otros estudiantes provenientes de otras carreras en nuestras universidades (fortalecer principalmente lo que nosotros llamamos “micromovilidad”²⁰). Este proceso de micromovilidad lo asociamos con el método delphi, por que a través de este proceso podrían realizarse importantes trabajos e investigaciones formales involucrando a los estudiantes, a expertos en diferentes campos de conocimiento, y que al mismo tiempo nutrirán “el objeto de investigación” de los estudiantes de contaduría, administración o informática administrativa al momento de realizar su investigación para obtener el grado de nivel licenciatura o posgrado.

Para poder sostener sólidamente nuestra propuesta e iniciativa de integrar al método delphi como uno de los métodos de investigación integrales que se resultan importantes de analizarse dentro de los programas de estudios de las carreras que ofrece la Facultad de Contaduría y ciencias Administrativas (FCCA) –principalmente en los seminarios de investigación y en la asignatura de metodología de la investigación-.

De tal suerte que fundamos esta opinión por una parte en la importancia que ha quedado plasmada en líneas precedentes, que se refiere a los aportes que brinda este método a la construcción de conocimientos inter y transdisciplinarios, por otra parte, la consolidación de grupos interdisciplinarios de trabajo y de investigación se constituye en una consecuencia inherente al proceso investigativo derivado de la implementación de este método.

Con la intención de ampliar más esta temática daremos inicio con su definición y realizaremos un breve recorrido sobre sus bases, los cuales por si mismos justifican la importancia de este método y los valiosos alcances del mismo.

Como reflexión inicial, diremos que el método delphi se identifica como una “*metodología prospectiva*”²¹ y *técnica cualitativa de investigación en ciencias sociales*”²². Cabe señalar que los

²⁰ Hemos llamado “micromovilidad” al proceso en el que se realiza movilidad académica para realizar estudios, cursos e investigación en carreras o estudios diferentes al que se está cursando, al interior de la misma institución educativa, un ejemplo de ello, podría ser la posibilidad de que los estudiantes de la FCCA optaran por cursar la asignatura de Derecho Laboral en la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la misma UMSNH. O bien, que los estudiantes de esa Licenciatura, pudieran cursar Derecho Fiscal en la FCCA.

²¹ Al respecto Miguel López Ruiz, sostiene la importancia de realizar estudios prospectivos (en materia jurídica), partiendo de la necesidad de modificar las formas tradicionales de investigación del derecho, la cual en su mayoría se realiza de manera teórica e individual, y de promover los estudios inter, trans y multidisciplinarios, resultando atractivo realizar otras formas de investigación como los estudios prospectivos que permiten mirar al futuro y realizar una especie de predicción sobre algún aspecto jurídico. Véase López Ruiz, Miguel, (2008). *Nuevos Elementos para la investigación. Métodos, técnicas y redacción*, México, Oragami, pp: 31, 39 Y 62

estudios prospectivos son futuristas y son empleados por lo general se carece de suficientes fuentes de información sobre el objeto de investigación. No obstante, la necesidad de realizar predicciones y proyecciones es una forma de investigar y de generar alternativas de solución o previsiones hacia aquello que puede presentarse dentro además de las ciencias económicas, también, dentro de las ciencias sociales.

Una forma de contrarrestar estos efectos, se presentan los estudios e investigaciones prospectivas; de acuerdo con Ortega, “*Las técnicas prospectivas permiten la consideración de información cualitativa en el análisis de la evolución del comportamiento de los factores que definen el entorno... las técnicas de prospección aportan una visión más global y la posibilidad de tener en cuenta los factores cualitativos y las estrategias de los actores implicados*”²³. Una técnica de realización de estos estudios, es a través del método delphi, que permite conocer la opinión de expertos sobre temáticas nuevas, entre las que puede existir incertidumbre o se carece de suficientes fuentes de información, “*...es una metodología que ha sido utilizada para determinar escenarios más probables sobre un tema, constituye un instrumento heurístico de tecnología social, busca el rigor científico, ofreciendo una metodología sistemática, reproducible, razonada y a todas luces útil para la investigación social*”²⁴. Lo cual permitirá hacer proyecciones y propuestas fundamentadas en consenso –de expertos-.

La técnica que emplea este método se resume en 7 etapas²⁵ -aunque otros le otorgan otras etapas²⁶, sin embargo coincide con las siguientes:

1. Definición del problema
2. Integración de un panel de expertos
3. Elaboración de un cuestionario
4. Presentación del cuestionario al panel de expertos (primera ronda)
5. Análisis de respuesta de la primera ronda y se envían las respuestas sintetizadas a los expertos
6. Segunda Ronda: Panelistas analizan y responden a la información (generándose un proceso de retroalimentación, donde los expertos brindarán sus opiniones que los harán reconsiderar su opinión brindada en la primera ronda).
7. Análisis de respuestas de la segunda ronda y elaboración de conclusiones.

²² Ortega Mohedano, Felix. (2008). *El método Delphi prospectiva en Ciencias Sociales. A través de un análisis de un caso práctico*. [versión electrónica en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=20612981004>], Revista EAN Escuela de de Administración de Negocios Institución Universitaria, ISSN 0120-8160, No. 64, pp. 31-54

²³ *Ib idem* p. 33.

²⁴ *Ib idem* p. 35

²⁵ Antonio Silva, Sergio, *et al.* (2002) *Nivel de Satisfacción del usuario de las carreteras: método delphi*. [versión electrónica en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=41612203>], Revista: Acta Universitaria, ISSN 0188-6266, Año/vol 12 número 003, UdG, pp.41-55.

²⁶ Ortega *op cit*, agrega la “*preparación de un informe por parte del equipo que analizará los resultados para presentar las conclusiones del ejercicio*” sin embargo, estimamos que esta etapa, constituye más bien una fase del proceso de investigación general, que corresponde a la presentación de resultados de una investigación de campo, o bien a la presentación del informe final.

El contenido de estas etapas podría afirmarse que las explican por sí mismas; no obstante, es importante ahondar en algunas particularidades que nos permitirán apreciar y conocer más los alcances de este método:

Todo tema de investigación requiere de una definición de un problema y sabemos que este tema es función de los contenidos sobre metodología de la investigación. Una vez definido el problema se busca la percepción del contexto (o de los expertos) de nuestro objeto de investigación, es cuando surge el uso de un instrumento: el cuestionario, este instrumento es necesario realizarse con la mayor precisión posible, definir las preguntas- que vale decir, el tipo de preguntas, abiertas o cerradas, varía en cuanto al tema de investigación y a la forma de sistematización de las mismas-.²⁷

Para la sistematización de la información obtenida del cuestionario, hay que señalar que se sugiere, el uso de herramientas software y programas de cómputo: SPSS o Excel.²⁸

Uno de los aspectos más relevantes de este método lo constituye la segunda ronda, donde los panelistas retroalimentarán su propuesta inicial, lo cual se traduce en el consenso que valida la propuesta final que se vierte en el informe. Al respecto Ortega insiste “... *las opiniones de los especialistas participantes en esta técnica, podrán ser modificadas, mantenidas, ampliadas y justificadas, como consecuencia del conocimiento de las opiniones de los restantes componentes del grupo, de tal manera que se alcanza el máximo consenso*”.²⁹

Finalmente, diremos que este método que se caracteriza por *el anonimato*, es decir los panelistas no se conocen, lo cual impide que puedan influir unos sobre otros durante la respuesta del cuestionario, volviendo objetivas las respuestas a éste, ya que no existe influencia externa. Se recomiendan de 20 a 30 panelistas expertos.³⁰

No sobra mencionar que los estudios analizados muestran algunas debilidades en el método delphi:

No obstante consideramos varias de éstas son salvables, además de que coincidimos con Van Evera, si bien, el método delphi, no es muy útil como método de contrastación de teorías, en gran medida

²⁷ Al respecto, Ortega y Antonio, sugieren preguntas cerradas con opción de respuesta bajo escala Litker, *ib idem*. Mientras que Blasco, *et al* sugieren cuestionarios mixtos: preguntas abiertas y cerradas, advierten que las respuesta abiertas son muy ricas, sólo que guardan complejidad para ser sistematizadas. Véase: Blasco Mira Josefa, *et al* .(2010). *Validación mediante método delphi de un cuestionario para conocer las experiencias e interés hacia las Actividades acuáticas con especial atención al windsurf*. Revista: Agora, N°12 (1) 2010, 75-96|ISSN:1578-2174 |EISSN:1989-7200.

²⁸ Este aspecto representa una fortaleza y una opción más a las explicadas en la primera parte de este estudio, es decir, para la integración de estudios interdisciplinarios y/o de estudiantes de otras áreas del conocimiento a los cursos sobre informática administrativa, esto propiciaría una interacción una formación interdisciplinaria en los estudiantes de la FCCA y en los estudiantes externos. Para ahondar más este punto, véase la parte final de este estudio.

²⁹ Ortega, *op cit*, p. 34.

³⁰ *Ib idem* 36. Antonio, *op cit*.

por que el proceso de descubrimiento realizado por expertos no puede replicarse³¹, a lo que nosotros agregamos que ésa es una fortaleza del método.

En este sentido Ortega, manifiesta que *“el método delphi, pretende algo más que una mera integración de opiniones individuales, aspira a alcanzar un producto propio de naturaleza diferente a las de las partes individuales y de mejor calidad final... la información que se obtiene no viene únicamente de una sola fuente sino de varias fuentes expertas todas ellas en la materia objeto de estudio... por tanto las ideas que proporciona un grupo de expertos, serán siempre e mayor valor y precisión al análisis que pueda aportar una única persona”*³²

Finalmente, es necesario mencionar que los estudios prospectivos de Miklos y Tello³³, realizan una valiosa explicación del contenido y la importancia de realizar estudios a futuro y su impacto en la planeación estratégica, la previsión y modificación de escenarios no deseables. Para alcanzar estos objetivos hacen un análisis de diferentes técnicas e instrumentos prospectivos (análisis de fuerza, escenarios, análisis morfológico, etc.) entre los cuales destaca el método delphi, como una potente herramienta para el diseño del futuro, ello constituye una razón más que sustenta nuestra intención de realizar estudios bajo este método con la intención de construir y consolidar investigaciones en las ciencias económico administrativa que incidan en forma positiva y previsoras en las organizaciones, las instituciones y general en el contexto social.

4. La formación y desarrollo de competencias

El tema de las competencias, para lo cual se ha partido de los hallazgos y construcciones de la teoría educativa que avanza cada día, a propósito, este espacio no pretende desarrollar ni hacer crítica al concepto de competencias y sus distintas clasificaciones. Lo que en este punto se pretende desarrollar, es la interrelación de las competencias con los otros puntos razones desarrolladas en este apartado de la investigación: flexibilidad curricular, créditos académicos, formación integral, aprendizaje centrado en el alumno, innovación educativa, etc.

Para este tema, las opiniones de Maribel Pallanez Murrieta, María Rut Vargas y Manuel Valenzuela son muy valiosas, en el sentido de los autores ha realizado una propuesta de innovación fundamentada en el proyecto Tuning Latinoamérica, así los autores expresan que *... plantea la redefinición de las funciones sustantivas de la educación superior y de su quehacer de acuerdo con los requerimientos presentes y futuros de una sociedad en permanente cambio En este marco, la innovación educativa se acompaña de nuevos criterios de pertinencia, responsabilidad social y calidad, y estimula la modificación radical de la organización curricular, la didáctica, los materiales educativos, la evaluación, la gestión, los métodos e intervenciones y la practica pedagógica... Su principal fundamento es el Proyecto Tuning Latinoamérica, el cual incluye las demandas del contexto sociocultural en el que se inserta la educación superior, tanto a nivel*

³¹ Van Evera Stephen (2002). *Guía para estudiantes de ciencia política. Métodos y recursos*. Barcelona, Gedisa p. 101.

³² Ortega *op cit.* pp. 47- 49.

³³ Miklos, Tomás, *et al* (2003). *Planeación prospectiva, una estrategia para el diseño del futuro*. 15ª reimpr. México. Limusa.

*internacional como nacional, los nuevos requerimientos del entorno y la exigencia de la calidad evaluada a partir de procesos de acreditación.*³⁴

Continuando con las afirmaciones de estos autores, puede decirse que el Proyecto Tuning *considera que el desarrollo de las competencias en los programas educativos puede contribuir significativamente a abrir una importante reflexión acerca de los nuevos perfiles de la educación superior, potenciar trabajos conjuntos a nivel universitario, mejorar la calidad, incrementar el acceso al empleo y contribuir a una ciudadanía responsable. Esta metodología considera el diseño de criterios de comparabilidad, programas de movilidad, el desarrollo de perfiles profesionales por competencias: genéricas (generales para cualquier titulación) y por áreas (específicas de cada campo de estudio) y la determinación de resultados del aprendizaje (perfil de egreso)*.³⁵

Por otra parte, en los estudios de Elena Luchetti se argumenta que: *“... el futuro docente debe ser formado considerando un diseño curricular lejano del enciclopedismo: tiene que saber para poder enseñar a otros, no saber por saber. Conocer por conocer es endogámico y eso produce “hijos defectuosos”; conocer debe tener otra finalidad para ser exogámico y evitar esas consecuencias indeseadas. Esa finalidad está expresada en las competencias en el uso funcional de los conocimientos en contextos diferentes”*.³⁶

La autora se encarga de realizar un análisis al término competencia y señala que si bien es cierto no se ha acordado una definición unánime del término competencia y que existen distintos enfoques sobre éste concepto, también es cierto que *“hay consenso en que indica los conjuntos de capacidades integradas en estructuras; no capacidades en abstracto, sino capacidades para..., un know how, “macrohabilidades” (...) materializadas en una dimensión pragmática, es decir, saberes en ejecución, “saberes puestos en juego (...) para resolver situaciones concretas”*.³⁷ En otras palabras, son *“capacidades complejas, que poseen distintos grados de integración y se ponen de manifiesto en una gran variedad de situaciones correspondientes a los diversos ámbitos de la vida humana, personal y social. Son expresiones de los distintos grados de desarrollo personal y participación activa en los procesos sociales. Toda competencia es una síntesis de las experiencias que el sujeto ha logrado construir en el marco de su entorno vital amplio, de su pasado y de su presente”*.³⁸

Equivalen a grupos entramados de saberes que permiten enfrentar situaciones y demandas complejas con solvencia porque “se trata de un conocimiento en acción... las competencias aparecen como inseparables de la acción, y para ser desarrolladas requieren conocimientos.

[En otras palabras, una competencia es...] *“la facultad de movilizar un conjunto de recursos cognitivos... para solucionar con pertinencia y eficacia un conjunto de situaciones”*.³⁹

³⁴ Pallánez Murrieta Maribel, *et.al.*, (2009) *“El diseño curricular por competencias del Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora. Democracia y corresponsabilidad en el trabajo académico.* En *Innovación educativa en México*, 1a. ed., México, ANUIES, pp. 52-53.

³⁵ *Ídem*

³⁶ Luchetti Elena. (2008) *Guía para la formación de nuevos docentes*. 1ª ed. Argentina: Ed Bonum. pp.28-29

³⁷ Gallart, M. Boletín de la Red Latinoamericana, Buenos Aires, año 6, num. 2. Citado por Luchetti *ibidem* 30.

³⁸ CFCyE. Recomendación 26/92. Citado por Luchetti. *Ídem*.

³⁹ Perrenoud, Phillipe quien luego agrega que son *“una capacidad de actuar de manera eficaz en un tipo definido de situación, capacidad que se apoya en conocimientos, pero que no se reduce a ellos”*. Citado por Luchetti *ibidem* p 29.

El tema de las competencias en el diseño curricular ha sido ampliamente debatido por una parte puede decirse que no se trata de ningún tema nuevo, y por otra que se trata de una novedad que se pretende insertar en los diseños curriculares, lo cierto es que si cada estudiante adquiere mayores habilidades, destrezas, conocimientos que le permita demostrar sus conocimientos; estamos hablando de la manifestación de sus competencias, así el hecho de articular los temas de formación integral – que se detallarán más adelante- con el ya analizado sistema de créditos, entonces puede afirmarse que el conjunto de asignaturas llamadas optativas o de formación integral que contribuyen a una formación más amplia de conocimientos, además de que esta situación facilita el desarrollo de competencias dado la interdisciplinariedad y transdisciplinariedad con la que el estudiante aprende a analizar los contenidos y a resolver problemas o situaciones que se presenten.

5. Conclusiones

Recapitulando lo analizado hasta aquí diremos que una educación integral de nivel superior, no tiene de ninguna manera porque ser endogámica, es decir, no puede estar aislada en un capullo rígido dentro de la institución donde sólo participen sus propios estudiantes y docentes, vimos a lo largo de esta exposición cómo es que los conocimientos que los alumnos de carreras económico administrativas pueden servir para nutrir el conocimiento de los estudiantes de la FCCA, así como de otros estudiantes provenientes de distintas carreras, dentro y fuera de la Máxima Casa de Estudios de Michoacán. Lo que permitiría construir trabajos e investigaciones que conjuguen la opinión de estudiantes y profesionales provenientes de otros estudios y por ende, elevar la estadística de productividad e investigación universitaria de calidad.

Contando entonces con la experiencia y la perspectiva de estudiantes de otras licenciaturas como son Derecho, Historia, Arquitectura, entre otras, se logrará también que los estudiantes de Contaduría e Informática Administrativa, amplíen y apliquen sus conocimientos a diferentes áreas del conocimiento. Asimismo, los estudiantes de esas carreras pondrían en práctica los conocimientos formales adquiridos por cursar asignaturas propias del área económico-administrativa a su campo de conocimiento. Una forma sencilla de realizar este tipo de investigaciones toma forma a través de la implementación del método delphi en estudios contables y otros propios de las ciencias sociales.

Todas estas herramientas al conjuntarse darán lugar al desarrollo de competencias que servirán para fortalecer la formación y la aplicación del conocimiento en los profesionales de las ciencias económico administrativas.

6. Bibliografía

- Antonio Silva, Sergio, *et al.* (2002) *Nivel de Satisfacción del usuario de las carreteras: método delphi*. [versión electrónica en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=41612203>], Revista: Acta Universitaria, ISSN 0188-6266, Año/vol 12 número 003, UdG.
- Blasco Mira Josefa, *et al.* (2010). *Validación mediante método delphi de un cuestionario para conocer las experiencias e interés hacia las Actividades acuáticas con especial atención al windsurf*. Revista: Agora, N°12 (1) 2010, 75-96|ISSN:1578-2174 |EISSN:1989-7200.
- González Casanova, Pablo, (2001). *La universidad necesaria en el siglo XXI*, 1a. ed., México, Editorial Era.
- Kaplan, Marcos, (1996). *Universidad nacional, sociedad y desarrollo*, 1a. ed., México, ANUIES.
- López Ruiz, Miguel. (2008), *Nuevos Elementos para la investigación. Métodos, técnicas y redacción*. México, Oragami.
- Luchetti Elena.(2008). *Guía para la formación de nuevos docentes*.1ª ed. Argentina: Ed Bonum.
- Miklos, Tomás, *et al.*(2003). *Planeación prospectiva, una estrategia para el diseño del futuro*. 15ª reimpr. México. Limusa.
- Olmeda García Marina del Pilar “Estructura curricular y organización de planes y programas de estudio para la movilidad estudiantil” en *Problemas y Perspectivas del Intercambio Académico*. Ambriz Chávez Rebeca, María Luisa González González (coords.). Temas de Hoy No. 15 ANUIES, México.
- Ortega Mohedano, Felix.(2008). *El método Delphi prospectiva en Ciencias Sociales. A través de un análisis de un caso práctico*. [versión electrónica en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=20612981004>], Revista EAN Escuela de Administración de Negocios Institución Universitaria, ISSN 0120-8160, No. 64.
- Pallánez Murrieta Maribel, *et.al.*, (2009) “*El diseño curricular por competencias del Centro de Estudios Superiores del Estado de Sonora. Democracia y corresponsabilidad en el trabajo académico*. En *Innovación educativa en México*, 1a. ed., México, ANUIES.
- Van Evera Stephen. (2002). *Guía para estudiantes de ciencia política. Métodos y recursos*. Barcelona, Gedisa.

PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS

Virginia Hernández Silva vhsilva_17@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
José Elías Silva Trigueros elias_25@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

Un “Plan de Negocios”, también denominado “Plan Estratégico”, “Plan a Largo Plazo” o “Plan Rector”, surge de la necesidad de recopilar, crear y analizar en forma sistemática, mediante un método racional, un conjunto de antecedentes económicos y sociales, que permitan juzgar cuantitativa y cualitativamente las ventajas y desventajas que implica asignar recursos, escasos y de uso optativo, a una determinada iniciativa de inversión, la cual necesariamente deberá estar al servicio de la sociedad y del hombre que en ella vive. Con tal propósito, un “Plan de Negocios”, pretende amalgamar el trabajo multidisciplinario de administradores, contadores, economistas, ingenieros, administradores financieros, informáticos, diseñadores gráficos, abogados y psicólogos, entre otros, en un intento de reconocer, explicar y proyectar lo complejo de la realidad en donde se pretende introducir una nueva iniciativa de inversión (proyecto, negocio, organización, compañía) con objeto de elevar sus probabilidades de éxito.

Palabras Clave: Metodología, Inversión, Evaluación, Toma de Decisiones.

Abstract:

A “Business Plan”, also known as “Strategic Plan”, “Long-Term Plan” or “Master Plan”, emerges from the basic need of collecting, create and analyze systematically, throughout a rational method, a set of economical and social antecedents, that allow us to judge, on a quantitative and qualitative basis, the resulting advantages and disadvantages resulting in assigning resources, which are limited and can be used optionally, to a particular investment, that necessarily should serve to society and the man who lives in it. For that purpose, a “Business Plan” pretends to amalgamate the multidisciplinary work of administrators, accountants, economists, engineers, financial administrators, computer experts, graphic designers, lawyers and psychologists, among other professionals, in an attempt to recognize, explain and project the complexity of the reality where is intended to operate a new social organism (project, business, organization, company) in order to increase its chances of success.

Key Words: Methodology, Investment, Evaluation, Decision Making.

Introducción

En la actualidad, las organizaciones de todo tipo deben desarrollar y mantener ventajas competitivas que les permitan posicionarse eficiente y adecuadamente en un mercado altamente globalizado y agresivo, caracterizado por la dinamicidad del ambiente externo. Es por ello que el presente trabajo de investigación, es el producto sintético y final de la clara identificación de la necesidad conceptual, metodológica y de gestión de generar un instrumento que permita concretar ideas de negocios desde una perspectiva de mercado, técnica, económica, financiera, organizativa y evaluativa. La idea básica, es dotar al emprendedor – empresario de las herramientas básicas para elaborar un plan de negocios que cumpla con los requisitos mínimos básicos para llevar a efecto la concepción, implantación y operación exitosa de una nueva entidad organizacional.

Debe tenerse en mente que la generación de un plan de negocios no garantiza el éxito en la implementación de una nueva unidad productiva, sin embargo su empleo incrementa dramáticamente las probabilidades de éxito, ya que pone en el mapa mental del emprendedor – empresario todos los elementos que deben ser considerados y con los que necesariamente tendrá que familiarizarse para lograr superar los obstáculos que implica un nuevo negocio.

Se considera sumamente conveniente y recomendable que las personas, particularmente las adscritas a una institución educativa, desarrollen un espíritu emprendedor y empresario que eventualmente les permita fundar y operar su propio organismo social, ya que con ello se experimenta un profundo sentimiento de autorrealización, además de que se coadyuva directamente al mejoramiento de la situación económica y social que prevalece en países como el nuestro.

Propuesta Metodológica de un Plan de Negocios

El ser humano ha diseñado objetos desde los inicios de la historia. Sin embargo, el diseño de nuevas empresas es algo relativamente mucho más reciente y menos frecuente. En la mayoría de los casos, el diseño de empresas se deja al libre albedrío y desempeño individual de quien posee la idea de negocio. Todo ello a pesar de que la metodología de Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión y Plan de Negocios se encuentran disponibles desde hace tiempo ya al alcance de quien lo requiera.

La falta de diseño de las empresas se está volviendo incompatible con los cambios en el entorno. El carácter crecientemente competitivo de los mercados, la expansión geográfica de las empresas y las mayores exigencias por parte de los consumidores obligan a diseñarlas de forma tal, que tanto sus procesos como sus resultados sean homogéneos y previsibles.

La planificación constituye un proceso mediador entre el presente y el futuro. Necesariamente el hoy afecta el mañana, y es hoy cuando puede decidirse hacer algo para estar en condiciones de aprovechar las oportunidades del mañana. Es por eso que toda empresa debe planificarse, tomando en consideración el futuro para determinar, tanto las variables susceptibles de ser medidas numéricamente como aquellas de carácter cualitativo, de indudable incidencia en el comportamiento del proyecto en el tiempo. Debe recordarse que todas las empresas, tanto las que ofertan bienes tangibles como intangibles, o una combinación de ambos, son generadoras de valor ya que satisfacen necesidades de los clientes. El diseño de empresas, por ende, ayuda a asegurar que el organismo social ofrezca, de manera consistente, lo que sus clientes requieren, y también a minimizar el gasto en actividades que no aporten valor.

Es indudable que el Plan de Negocios se ha transformado en un instrumento de uso prioritario entre los agentes económicos que participan en cualquiera de las etapas de la asignación de recursos para implementar iniciativas de inversión. Mediante éste, se busca recopilar, crear y analizar en forma sistemática un conjunto de antecedentes económicos que permitan juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos a una determinada iniciativa. Para ello, amalgama el trabajo multidisciplinario de administradores, contadores, economistas, ingenieros, administradores financieros, informáticos, diseñadores gráficos, abogados y psicólogos, entre otros, en un intento de reconocer, explicar y proyectar lo complejo de la realidad en donde se pretende introducir una nueva iniciativa de inversión, con objeto de elevar sus probabilidades de éxito. La intención natural de investigación y análisis de estos profesionistas, es detectar la posibilidad y definir el proceso de inversión en un sector, región o país.

Un Plan de Negocios pretende abordar explícitamente el problema de la asignación de los recursos que son escasos, recomendando a través de distintas técnicas que una determinada iniciativa se lleve a cabo sobre otras alternativas de inversión. Este hecho lleva implícita una responsabilidad social de hondas repercusiones que afecta de una manera u otra a todo el conglomerado social, lo que obliga a que se utilicen adecuadamente patrones y normas técnicas que permitan demostrar que el destino que se pretende dar a los recursos es el óptimo. Socialmente, el Plan de Negocios busca medir el impacto que una determinada inversión tendrá sobre el bienestar de la comunidad. A través de la evaluación social se intentan cuantificar los costos y los beneficios sociales directos, indirectos e intangibles, además de las externalidades que un proyecto puede generar.

De acuerdo a los resultados reportados por el proceso investigativo, un adecuado Plan de Negocios, deberá conformarse de los siguientes elementos:

- ◆ Portada. Documento de presentación que contiene: Nombre del Proyecto, Promotor(es), Lugar de Adscripción, y demás elementos relevantes para su clara identificación.
- ◆ Índice. Apartado que contiene títulos, encabezados e indicadores de dónde ubicar un aspecto específico dentro del documento.
- ◆ Introducción. Sección destinada a que el autor establezca los objetivos o propósitos de su obra, así como el alcance y una breve explicación de la misma.
- ◆ Resumen ejecutivo. Espacio para establecer los aspectos más importantes del proyecto, de manera tal que invite al lector a profundizar en la temática expuesta. Muchas ocasiones es la primera, y única, parte en que se concentran los lectores del documento.
- ◆ Estudio de Mercado. Ante una idea de negocio, conviene determinar la existencia de clientes, finales u organizacionales, que justifiquen la puesta en marcha de las actividades empresariales. Para ello, deben identificarse las necesidades, gustos, deseos y preferencias de los prospectos, así como sus características y ubicaciones, y de manera determinante, su poder adquisitivo y disposición a la compra del bien, tangible o intangible, que la nueva unidad productiva prevé ofertar. En base a lo comentado anteriormente, es necesario formular las siguientes preguntas y reunir la información que les dé respuesta antes de decidir invertir en la creación de un negocio:

1. **¿Qué producir?**
2. **¿Por qué producir?**
3. **¿Para quién producir?**
4. **¿Cuánto producir?**
5. **¿A qué precio producir?**
6. **¿Cómo producir?**
7. **¿Cuándo producir?**
8. **¿Dónde producir?**
9. **¿Qué proceso productivo emplear?**
10. **¿Cómo comercializar?**

Se entiende como mercado al conjunto de demandantes y oferentes que se interrelacionan para el intercambio de un producto, ya sea éste tangible o intangible, es decir, bien o servicio. Esa concurrencia puede ser en forma directa o indirecta. Es importante detectar las formas que caracterizan a un mercado en particular. El comportamiento futuro de los factores económicos de un proyecto es afectado fuertemente por la estructura actual y esperada del mercado, ya que éste se encuentra conformado por la totalidad de los compradores y vendedores potenciales de productos que se vayan a elaborar, transformar o comercializar mediante la operación de la nueva unidad productora.

El conocimiento del mecanismo del mercado resultará imperiosamente necesario al evaluador del proyecto para realizar el proceso a través del cual podrá recomendar o rechazar la asignación de los recursos escasos a una determinada iniciativa. A través del estudio de mercado se determina bajo qué condiciones se podría efectuar la venta de los volúmenes previstos, así como los factores que podrían modificar la estructura comercial del producto en estudio, incluyendo la localización de los competidores y la distribución geográfica de los principales centros de consumo.

El objetivo del estudio de mercado es determinar la cantidad de bienes y/o servicios provenientes de una nueva unidad productora que, en una cierta área geográfica y bajo determinadas condiciones, la comunidad estaría dispuesta a adquirir para satisfacer sus necesidades. Debe comprenderse que el estudio de mercado es mucho más que el análisis y determinación de la demanda y de la oferta, o de los precios de los productos y/o servicios que el negocio estaría ofreciendo al público consumidor.

Sintéticamente, considérense los siguientes aspectos:

- Establecimiento de los objetivos del estudio y el correspondiente análisis situacional: En términos lógicos, antes que otra cosa, conviene determinar y conocer el contexto situacional en el cual se pretende introducir y operar la nueva entidad económica y establecer los objetivos del estudio, que regularmente redundan en los siguientes:
 1. Demostrar y cuantificar la existencia de compradores, o entidades organizadas, que son consumidores, o usuarios actuales o potenciales, del producto y/o servicio que el nuevo proyecto contempla ofertar.
 2. Determinar la ubicación geográfica y física de los consumidores mencionados en el punto anterior.
 3. Demostrar y cuantificar la demanda, tanto actual y real como proyectada, del bien y/o servicio que se pretende ofertar.
- Segmentación del mercado meta y determinación de la muestra: Para efectuar la segmentación, selección del mercado meta, puede partirse de dos criterios: en el primero de ellos el emprendedor identifica una idea de negocio e investiga el impacto que ésta pudiera tener, en la segunda de ellas, el emprendedor sondea al mercado primeramente e identifica una idea de negocio. Cualquiera que sea la manera, debe establecerse claramente las características del mercado que eventualmente se atenderá. La muestra, suficiente y representativa, se determina de la siguiente manera:

- **Carácter infinito o finito de la población. La fórmula para poblaciones infinitas, que toma en consideración más de 500,000 elementos contenidos en el universo, es la siguiente:**

$$n = \frac{\sigma^2 * p * q}{e^2}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

σ = Nivel de confianza

p = Probabilidad a favor de que el evento estudiado se presente

q = Probabilidad en contra de que el evento estudiado se presente

e = Error de estimación o precisión en los resultados

- **Por otra parte, la fórmula para poblaciones finitas, en donde se encuentran contenidos menos de 500,000 elementos en el universo, es la siguiente:**

$$n = \frac{\sigma^2 * N * p * q}{e^2 (N - 1) + \sigma^2 * p * q}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

σ = Nivel de confianza

N = Universo o población

p = Probabilidad a favor de que el evento estudiado se presente

q = Probabilidad en contra de que el evento estudiado se presente

e = Error de estimación o precisión en los resultados

- Elección y diseño del instrumento para recolección de datos y tabulación de los mismos: De acuerdo al tipo de investigación (cuantitativa, cualitativa) que se pretenda efectuar, deben determinarse los datos (de fuentes secundarias o primarias) que deberán recolectarse mediante el instrumento más adecuado (observación, cuestionario, entrevista, encuesta, panel de consumidores, auditoría a tiendas, método experimental, entrevista de profundidad, sesiones de grupo). Una vez obtenidos los datos, éstos deberán ordenarse, analizarse e interpretarse para poder contextualizarlos y comprender mejor la realidad del proyecto.
- Presentación de la información resultante. Una vez presentada la información resultante, ésta permitirá la adecuada toma de decisiones relacionadas con el proyecto.
- Determinación y Análisis, de la demanda y de la oferta, con la determinación de sus respectivas tendencias: La predicción de los comportamientos de las variables económicas, demanda y oferta, constituye sin duda una de las mayores dificultades en el estudio de propuestas de inversión. Las condiciones que imperarán en los próximos años difícilmente coincidirán con aquellas observadas en proyectos similares en el pasado. Por ello, el resultado de una predicción se debe considerar sólo como una medición de evidencias incompletas, basadas en comportamientos empíricos de situaciones parcialmente similares o en inferencias de datos estadísticos disponibles. Para llevar a efecto la determinación de la proyección de tendencias y establecer pronósticos, tanto en la demanda como en la oferta, se cuenta con un conjunto de técnicas para realizar tal labor, las cuales se clasifican en dos grandes categorías:

cuantitativas (modelos causales, de series de tiempos, entre otros), y cualitativas (método Delphi, investigación de mercados, predicción tecnológica, entre otros).

- Análisis de la mezcla mercadológica de la organización, contemplando los siguientes elementos:
 - Producto: conjunto de atributos, tangibles e intangibles, que abarcan empaque, color, precio, calidad, marca, tamaño, densidad, durabilidad, peso, servicio complementario, garantías, además del servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea.
 - Precio: cantidad de unidades monetarias que se requieren para conseguir un producto, tomando en consideración las diferencias existentes entre costo, precio, valor (utilidad) y utilidad financiera.
 - Plaza: lugar o lugares, físicos o virtuales, en donde el producto a ofertarse estará disponible, considerando esquemas de distribución intensiva, selectiva o exclusiva, así como la infraestructura requerida para entregar los productos a los clientes y/o consumidores finales o industriales de acuerdo al canal de comercialización seleccionado como el óptimo.
 - Promoción: actividades, estrategias y programas que sirven para informar al cliente que un producto está disponible y motivarle el consumo. Considere la venta directa, por internet, cupones, promociones y publicidad.
- Identificación temprana de un programa de producción y ventas. A pesar de que un programa de producción habrá de establecer en el apartado correspondiente al estudio técnico, es sumamente conveniente comenzar a pensar y considerar un programa tentativo de manufactura de bienes, o de prestación de servicios, tomando como referencia la información resultante del estudio de mercado.

◆ Estudio Técnico. Una vez identificada la oportunidad de ingreso al mercado actual, se hace necesario identificar las mejores formas de llevar a cabo el proceso de producción, en el caso de empresas manufactureras, o de prestación del servicio, en el caso de empresas prestadoras de servicios. Nunca debe perderse de vista que en términos técnicos pueden existir una gran diversidad de maneras, métodos y/o procesos, todos ellos optativos y viables para producir un bien en particular. Sin embargo, muchas de las ocasiones, es en esta etapa en donde queda claro que producir en base a una determinada iniciativa puede representar la mejor opción en términos técnicos, pero no así en términos financieros. A la inversa, puede presentarse el caso en que la opción elegida es la más económica, pero no representa gran eficiencia en términos de la producción generada. Es reto, del promotor del proyecto, auxiliado por algún experto en el área de producción, determinar la combinación óptima de los factores humanos, financieros, materiales y tecnológicos, que determinen la selección del programa de producción, que represente para la organización una ventaja competitiva y diferencial que la posicione eficientemente en un mercado altamente competitivo.

Entre algunas de las interrogantes que se propone responder el presente estudio, se encuentran las siguientes:

1. **¿Existe la tecnología para llevar a efecto el proceso productivo requerido?**
2. **¿Se cuenta con la infraestructura hidráulica, eléctrica, de comunicación, y toda la demás requerida, para llevar a efecto el proceso productivo?**
3. **¿Cómo producir lo que el mercado demanda?**

4. **¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos?, ¿Dónde producir?**
5. **¿Qué materias primas e insumos se requieren?**
6. **¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan?, ¿Cuándo y cuánto producir?**
7. **¿Cuál se considera el dimensionamiento y tamaño óptimo del proyecto?**

Para dar atinada respuesta a las anteriores interrogantes, generalmente se consideran cuatro rubros principales, con la finalidad de que se contemplen todos los elementos relevantes relacionados con esta temática. Los referidos bloques de información se mencionan a continuación:

- El estudio de materias primas e insumos: Consiste en definir las características, atributos, requerimientos, disponibilidad, costo y ubicación de las materias primas e insumos necesarios para la producción de los bienes y/o servicios previstos por la nueva entidad económica. Junto con lo anteriormente referido, considérese también el análisis propio de los oferentes y proveedores, su reputación, localización, seriedad con la que trabajan, tiempos de entrega, permanencia en el mercado, infraestructura con que cuentan, precios que manejan, así como volúmenes y condiciones de venta que regularmente establecen. Entre los factores fundamentales que determinan la ubicación de un proyecto están: el mercado del producto y la localización de las materias primas. La ubicación de ciertos proyectos la determina la fuente de materias primas.

- El estudio de localización general y específica del proyecto: Siempre recuerde que la localización de un proyecto es determinante para su éxito o fracaso, y en palabras de las personas que se dedican a la compra-venta de bienes raíces, en ese negocio la ubicación lo es todo. La selección de alternativas de localización, o ubicación, suele llevarse a efecto mediante la observancia de las siguientes dos etapas:
 1. Estudio de macro localización. En esta etapa se analiza y decide la zona en la que se localizará la planta en términos generales, considerando continente, país, estado, municipio, ciudad. Para la gran mayoría de negocios, es conveniente considerar los siguientes aspectos: Mercado de consumo, Fuentes de materias primas, Disponibilidad de mano de obra, Infraestructura física y de servicios públicos, Marco jurídico, económico e institucional de la región o localidad, Comunidad, Competencia y Seguridad, entre otros.
 2. Estudios de micro localización. En la segunda, se analiza y elige un sitio específico en donde operará la nueva unidad productora, como ciudad, poblado, colonia y calle, considerando los factores básicos como: características, costos, disponibilidad, topografía, ventajas y desventajas de la zona, condiciones y situación de los terrenos propuestos.

- El estudio de dimensionamiento o tamaño de la planta: El tamaño de un negocio está definido por su capacidad física o real de producción de bienes y/o servicios, durante un período de operación que se considera normal para las condiciones y tipo de proyecto de que se trate. Esta capacidad se expresa en cantidad producida por unidad de tiempo, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de producto elaboradas por ciclo de operación o período definido. Alternativamente, en algunos casos la capacidad de una planta se expresa, no en términos de la cantidad de producto que se obtiene, sino en función del volumen de materia prima que entra en proceso. Dentro de los principales rubros que deben considerarse, se contemplan los siguientes: Demanda del proyecto y Suministro de insumos.

■ El estudio de ingeniería del proyecto: Los objetivos específicos de este estudio son probar la viabilidad técnica del proyecto, aportando información que permita su evaluación técnica y económica, a la vez que proporciona los fundamentos técnicos sobre los que se diseñará y ejecutará el proyecto. Los puntos concretos y relevantes que se analizan dentro del apartado de la ingeniería del proyecto son los siguientes: Descripción del producto, Procesos de producción, Tipos de sistemas de producción, Descripción del proceso seleccionado, Diagramas de flujo, Balance de materiales y energía, Programa de producción, Maquinaria y equipo, Distribución en planta de la maquinaria y equipos, Requerimientos de mano de obra, Requerimientos de materiales, insumos y servicios, Estimación de las necesidades de terrenos y construcciones y Calendario de ejecución del proyecto.

■ Alternativas tecnológicas para el proyecto (máquinas, herramientas, instrumentos, procesos, procedimientos, licencias, entre otros), así como precios, proveedores y servicios complementarios ofertados por éstos últimos, Identificación del capital humano requerido por el organismo social, su ubicación, niveles de sueldos actuales y necesidades de capacitación y Cuantificación de la inversión requerida.

◆ Estudio Financiero. En este apartado se concentra y analiza la información, en términos monetarios, generada por los estudios previos. Idóneamente, deben contemplarse los siguientes rubros:



■ Adicionalmente, deben generarse los Estados Financieros proyectados o proforma, que reflejen la situación de la nueva entidad económica:

- Estado de Situación Financiera (anteriormente denominado Balance General): Su contenido se resume en los siguientes rubros principales:

Activos de la empresa:

- Activo circulante: Son los bienes y recursos que pueden ser convertidos fácilmente en efectivo: Monto de cuentas por cobrar, Valor de los inventarios.
- Activo fijo: Son los bienes físicos o tangibles que se utilizan en la actividad productiva y comercial de la empresa: Terreno, Edificios y construcciones, Maquinaria y equipo, Equipo de transporte y de oficina.
- Activo diferido: Son los bienes intangibles necesarios para construir y operar la empresa y que son útiles exclusivamente a ésta: Costos de estudios y de la formulación del plan de negocios, Gastos notariales, Gastos preoperatorios.

Pasivos de la empresa:

- Pasivo a corto plazo (menos de un año): Está constituido por aquellas deudas que la empresa tiene obligación de pagar en un plazo no mayor a un año: Créditos bancarios a

corto plazo, Crédito de proveedores de insumos, Amortización anual de créditos a largo plazo, Provisión para impuestos y reparto de utilidades.

- b) Pasivo a largo plazo: Está conformado por las deudas que la empresa tiene obligación de pagar en un plazo mayor a un año: Créditos a mediano y largo plazo, Obligaciones, Acreedores hipotecarios.

Capital Contable:

- a) El capital contable de la empresa está constituido por las aportaciones efectivas de los socios, más las reservas legales y los superávit, o déficit, netos que resulten de los ejercicios de operación.

- Estado de Resultados: Documento dinámico que tiene como finalidad mostrar los resultados económicos de la operación prevista del proyecto para los períodos subsecuentes. Se elabora efectuando la suma algebraica de los ingresos menos los egresos estimados. Su estructura es la siguiente:

Presupuesto de Ingresos por Ventas
- Presupuesto de Costos de Producción
= Utilidad Bruta
- Presupuesto de Gastos de Administración y de Ventas
= Utilidad de Operación
- Presupuesto de Gastos Financieros
= Utilidad antes de Impuestos
- Presupuesto de Impuesto sobre la Utilidad (30% Art. 10 del ISR)
= Utilidad Neta

- Estado de Flujos de Efectivo. De acuerdo a la NIF B-2, este estado muestra las fuentes y aplicaciones del efectivo de la entidad en cierto periodo, las cuales son clasificadas en actividades de operación, de inversión y de financiamiento. Los rubros que integran el estado de Flujos de Efectivo son los siguientes:

FUENTES DE LOS RECURSOS
1. Utilidad neta.
2. Depreciaciones y amortizaciones.
3. Capital social.
4. Créditos a corto y largo plazo.
5. Reinversión.
EMPLEO O DESTINO DE LOS RECURSOS
1. Activos fijos y diferidos.
2. Capital de trabajo.
3. Amortización de créditos a corto y largo plazo.
SALDO
1. Reinversión.
2. Dividendos.

■ Identificación, evaluación y selección de los mecanismos de financiamiento, interno y/o externo, más apropiados para el organismo social: La búsqueda de la forma de financiar un proyecto de inversión puede dar como resultado una variedad bastante importante de opciones diferentes. Por tanto, el evaluador de proyectos debe verse enfrentado con la búsqueda de la mejor alternativa de financiamiento para el proyecto que está evaluando. Las principales fuentes de financiamiento se clasifican generalmente en Internas (emisión de acciones y las utilidades retenidas cada período después de los impuestos) y Externas (créditos concedidos, tanto por proveedores como por instituciones financieras, préstamos bancarios de corto y largo plazo y los arrendamientos financieros). Por todo lo anteriormente señalado, es claro que cada proyecto puede tener múltiples fuentes de financiamiento

simultáneas que, evaluadas correctamente, guiarán a la elección de la mezcla óptima de financiamiento.

- ◆ Evaluación. Etapa en que se emplearán un conjunto de herramientas orientadas a determinar, en términos cualitativos y/o cuantitativos, la conveniencia de destinar recursos económicos escasos a una determinada iniciativa de inversión para determinar, en última instancia, si es viable, conveniente, oportuna y redituable. Como antecedente, se recomienda contar con la siguiente información:

- **Inversión inicial total requerida (I.I.).**
- **Vida útil estimada del proyecto (V.U.)**
- **Valor de salvamento de la inversión (V.S.)**
- **Flujos netos de efectivo estimados (F.N.E.).**
- **Tasa de rendimiento mínimo aceptable (TMAR).**

Para evaluar la iniciativa, se emplean los siguientes instrumentos:

■ Métodos Simples:

- Razones Financieras (liquidez, actividad, apalancamiento, rentabilidad y de mercado).

■ Métodos Complejos:

- Tasa Interna de Retorno (TIR), determinada con Flujos Netos de Efectivo Constantes: Este método de evaluación se encuentra estrechamente relacionado con el método del Valor Presente Neto (VPN) debido a que la Tasa Interna de Retorno (TIR) representa la tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos de efectivo netos generados por un proyecto, sea igual al costo del mismo. La TIR es una tasa de rendimiento interna porque depende únicamente de los flujos de efectivo que genera el proyecto.

$$P = A \left[\frac{(1+i)^n - 1}{i(1+i)^n} \right] + \frac{VS}{(1+i)^n}$$

En donde:

P = Inversión Inicial en Activos Fijos (consultar el Presupuesto de Inversión).

A = Flujos netos de efectivo (FNE) permanecen constantes por cinco años, se consideran como una anualidad (consultar flujos netos de efectivo).

VS = Estimar valor de salvamento.

n = Determinar los períodos considerados (que regularmente se establecen en cinco años para este tipo de cálculos).

- Tasa Interna de Retorno (TIR), determinada con Flujos Netos de Efectivo Descontados o Inflados:

$$P = \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VS}{(1+i)^5}$$

En donde:

P = Inversión Inicial en Activos Fijos (consultar el Presupuesto de Inversión).

FNE_{Año x} = Flujos netos de efectivo anuales descontados o inflados (calcularlos con el efecto que la tasa inflacionaria tiene en cada uno de ellos de acuerdo al horizonte de evaluación que generalmente se establece en cinco años).

VS = Estimar valor de salvamento.

n = Determinar los períodos considerados (que regularmente se establecen en cinco años para este tipo de cálculos).

- Valor Presente Neto (VPN): Este método mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todo los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer período de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento cero. Se calcula a partir de la siguiente expresión:

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

En donde:

P = Inversión Inicial Total (recuerde que se presenta con signo negativo porque significa una salida de dinero).

FNE_{Año x} = Flujos netos de efectivo anuales inflados (FNEAI) (consultar flujos netos de efectivo de cada año calculando el efecto que la tasa inflacionaria tiene en cada uno de ellos de acuerdo al horizonte de evaluación que generalmente se establece en cinco años).

i = Costo del capital para el proyecto (tasa de descuento).

n = Determinar los períodos considerados (que regularmente se establecen en cinco años para este tipo de cálculos).

- Relación Beneficio/Costo (RBC): Este método consiste en dividir el valor presente o actual (VP) entre la inversión inicial, es decir, es el cociente de los flujos descontados de los beneficios o ingresos del proyecto, sobre los flujos descontados de los costos o egresos totales del proyecto. Al igual que en el caso del valor presente neto (VPN), se requiere establecer una tasa de actualización apropiada.

$$RBC = \frac{\text{Valor presente (VP)}}{\text{Inversión inicial (Ii)}}$$

- Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI): En términos sintéticos, se define como el tiempo en el cual los beneficios o utilidades futuras del proyecto cubren el monto de la inversión inicial y el referido tiempo generalmente es medido en años. La fórmula empleada para calcular el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) es la que a continuación se presenta:

$$\text{Período de Recuperación de la Inversión} = \frac{\text{Inversión inicial (Ii)}}{\text{Flujo neto de efectivo}_1 \text{ (Anualidad)}}$$

Con la finalidad de considerar el valor del dinero a través del tiempo, se toman en consideración los flujos netos de efectivo netos descontados como se muestra a continuación:

$$\text{Período de Recuperación de la Inversión} = \frac{\text{Inversión inicial (Ii)}}{\text{Flujos netos de efectivo descontados}}$$

Una manera complementaria de determinar el Periodo de Recuperación de la Inversión es la siguiente:

$$\text{PRI} = \frac{\text{Monto faltante para recuperar la Inversión inicial (Ii)}}{\text{Flujos de efectivo durante el año}}$$

$$\text{PRI} = \frac{\text{Monto faltante para recuperar la Inversión inicial (Ii)}}{\text{Flujos netos de efectivo descontados}}$$

■ **Evaluación social del proyecto:** La evaluación social es una herramienta que consiste en identificar, cuantificar y valorar los costos y beneficios sociales que tiene un proyecto para el país o para una región en un horizonte de tiempo. De esta forma, se puede conocer objetivamente la conveniencia de ejecutar ese proyecto. Entre los principales indicadores usados ampliamente en la evaluación social, se encuentran los siguientes:

- Creación total de empleos.
- Aspectos ecológicos.
- Aspectos económico-sociales.

◆ **Organización.** En este rubro, deberá instituirse un orden que permita racionalizar los procedimientos y establecer una clara responsabilidad por la adopción de decisiones y la asignación de funciones. Entre las principales herramientas que habrán de emplearse para lograr una adecuada operación organizacional, se encuentran las siguientes:

■ **Estudio Jurídico – Legal:** En este apartado se hace referencia al tipo de empresa que el proyecto requiere, tomando en consideración las diversas formas de organización que las leyes contemplan: Sociedad Anónima, en Nombre Colectivo, en Comandita Simple, en Comandita por Acciones, de Responsabilidad Limitada, de Capital Variable, Cooperativa.

■ **Estudio de la Organización Administrativa:** Consiste en establecer la estructura organizativa y administrativa del negocio, considerando para tal efecto, los puestos de trabajo, funciones, tareas, actividades, responsabilidades, calificaciones y la cantidad de personal requerido. La organización administrativa del proyecto deberá contemplar el esquema general y específico para operar normalmente la empresa. Se consideran los niveles jerárquicos, número de personas, montos de salarios y prestaciones que se requieran para satisfacer las características

y perfiles de cada uno de los niveles de responsabilidad. Para mostrar claramente lo anotado, se formulará un organigrama que permita visualizar gráficamente, tanto el número de personas como sus niveles jerárquicos, tomando además en consideración elementos tan importantes como: tipo de autoridad, tramos de control, requerimientos de los puestos, perfiles de los candidatos a los puestos, sueldos, salarios, normas, políticas, reglas, procesos y procedimientos administrativos, entre otras cosas.

■ Proceso Administrativo: Previsión, Planeación, Organización, Integración, Dirección y Control, Plan de ejecución, Análisis S.W.O.T. (o F.O.D.A.), Desarrollo de la Misión, Visión, Propósitos, Metas, Objetivos, Estrategias y Tácticas organizacionales.

- ◆ Conclusiones. Apartado en donde se comenta objetivamente, si la iniciativa se ha de llevar a la práctica o no, en base a la información generada y analizada a lo largo del Plan de Negocios.
- ◆ Recomendaciones. El desarrollar un adecuado plan de negocios no asegura el éxito absoluto de la iniciativa de inversión, sin embargo, contar con él, incrementa drásticamente las probabilidades de que todo resulte de acuerdo a lo esperado, o aún mejor. Recuerde que la actividad de diseño no es puntual, sino un devenir permanente en el que la empresa actualiza su oferta en función de las cambiantes expectativas de los consumidores.

Conclusiones:

Es sumamente importante tomar en consideración que aplicar la metodología contemplada en la “Propuesta Metodológica para la elaboración de un Plan de Negocios” no garantiza la exitosa cristalización de los proyectos, pero proporciona una idea clara de cuáles son los aspectos metodológicos y procedimentales que deben observarse en el proceso de concepción y operación de una nueva entidad organizacional, así como identificar cuáles son las habilidades humanas, técnicas y conceptuales, así como las competencias, que los emprendedores - empresarios deben desarrollar para triunfar en el complejo pero apasionante mundo de la formulación y evaluación de proyectos de inversión. Considérese que la metodología presentada constituye únicamente una guía de trabajo, pero no sustituye el conocimiento, habilidad, experticia e intuición de especialistas en la materia. Además, se considera imprescindible que las instituciones educativas coadyuven inculcando en los jóvenes el espíritu emprendedor – empresario requerido para justificar la existencia del presente material.

Referencias Bibliográficas:

Libros:

Alemán Castilla, M. C. (2004). *Modelos Financieros En Excel*. México: CECSA.

Baca Urbina, G. (2008). *Evaluación De Proyectos*. México: McGraw Hill.

Franklin, E. (2004). *Organización De Empresas*. México: McGraw Hill.

Gitman, L. (2003). *Principios De Administración Financiera*. México: Pearson-Addison Wesley.

Gitman, L. (1996). *Administración Financiera Básica*. México: Harla

(1997). *Guía Para La Formulación Y Evaluación De Proyectos De Inversión*. México: Nacional Financiera, Dirección De Promoción Y Desarrollo Empresarial.

Hernández Hernández, A. (2005). *Formulación Y Evaluación De Proyectos De Inversión*. México: Thompson.

Hernández y Rodríguez, S. (2006). *Introducción A La Administración: Un Enfoque Teórico-Práctico*. México: McGraw Hill.

Instituto Latinoamericano De Planificación Económica Y Social (Ilpes). (1999). *Guía Para La Presentación De Proyectos*. Chile: Siglo XXI.

L. Daft, R. (2007). *Teoría Y Diseño Organizacional*. México: Cengage Learning.

Pedraza Rendón, O. (2002). *Modelo De Plan De Negocios Para La Micro Y Pequeña Empresa*. México: Morevallado.

Sapag Chain, N. (2008). *Preparación Y Evaluación De Proyectos*. Colombia: McGraw Hill.

Stanton, W. (2007). *Fundamentos De Marketing*. México: McGraw Hill.

Weston, J. (1995). *Fundamentos De Administración Financiera*. Tr. Jaime Gómez Mont. México: McGraw Hill.

VENTAJAS Y PERSPECTIVAS DEL MODELO EDUCATIVO POR COMPETENCIAS PARA LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UMSNH

Romero Olvera, María Eugenia mero_67@yahoo.com.mx U.M.S.N.H.
Hernández Bucio, Ma. Yolanda mayolb15@hotmail.com U.M.S.N.H.
*Angélica Ana porras Navarro O. a.ana.porras@gmail.com U.M.S.N.H

RESUMEN

En la “*Sociedad del Conocimiento*” el factor de producción más importante se encuentra en manos de los trabajadores y es el conocimiento, herramienta que les permite el acceso a un trabajo y a una posición social a través de la educación. “Ya no basta que cada individuo acumule una reserva de conocimientos a la que podrá acudir después sin límites. Sobre todo, debe estar en condiciones y utilizar durante toda su vida cada oportunidad que se le presente de actualizar, profundizar y enriquecer ese primer saber y de adaptarse a un mundo en permanente cambio” (Delors, 1996)

La educación en este contexto se vuelve cada vez más determinante como inversión y valor importante tanto para los individuos como para las sociedades, las tendencias globales abarcan tres vertientes: a) *Hacer frente a los acontecimientos*; b) *Capacidad de relación y de comunicación*; y c) *Adaptar una lógica orientada hacia los demás*.

Por lo anterior, podemos sustentar la hipótesis de que el Modelo Educativo basado en Competencias es una de las respuestas más acertadas para abordar la problemática que se describe y que se suscita en la sociedad contemporánea.

Este trabajo tiene por objeto analizar, si con la implementación del Modelo Educativo basado en Competencias en la FCCA de la UMSNH, se logra la innovación educativa en los procesos académicos; los resultados acordes con los desafíos del cambio y con las expectativas de la sociedad; y la transformación en los diferentes actores educativos involucrados. En primer término se señalan las ventajas y las características que presenta el modelo educativo basado en competencias, con fundamento en la corriente epistemológica del constructivismo; posteriormente se hace un análisis del porque es conveniente implementarlo en los programas curriculares de la FCCA; y finalmente se concluye con las perspectivas que de este modelo se tienen para la innovación de los procesos académicos y en general de la cultura organizacional de la institución.

PALABRAS CLAVES

Modelo Educativo, Enfoque basado en Competencias, Innovación Educativa, Ventajas y Perspectivas.

ABSTRACT

In the "Knowledge Society" the most important factor of the production is placed in the workers and it is the knowledge, this tool that allows them the access to a job and to a social position through education. "It is not enough that each person accumulates a reservation of knowledge, which could be able to search up later without limits. Especially, it must be in conditions and should be useful at every opportunity during his life when presenting an update, it must penetrate and emphasize the first knowledge and adapt to a permanent changing world". (Delors, 1996)

The education in this context becomes increasingly determinant as an investment and an important value for both, people and societies, the global trends include three slopes: a) To face to the events; b) Capacity of relation and communication; and c) To adapt an orientated logic towards the others.

Taking the last point on, we can support the hypothesis of which the Educational Model based on Competitions is one of the most succeeded answers to approach the problematic that is described and that is reflected in the contemporary society.

This appointment has for object to analyze, if with the implementation of the Educational Model based on Competitions in the FCCA of the UMSNH, the educational innovation is achieved in the academic processes; the results according to the challenges of the change and to the expectations of the society; and the transformation in the different educational involved actors. In the first term the advantages distinguish themselves and the characteristics that the educational model based on competitions presents, with foundation in the epistemology current of the constructivism; after that an analysis is made about how suitable to implement it in the curricular programs of the FCCA is; and finally it concludes with the perspectives that of this model has for the innovation on the academic processes and in general of the organizational culture of the institution.

KEY WORDS

Educational model, current based on Competitions, Educational Innovation, Advantages and Perspectives.

INTRODUCCIÓN

En la sociedad posmoderna que vivimos, también llamada “*Sociedad del Conocimiento*” por los grandes economistas contemporáneos; el factor de producción más importante se encuentra en manos de los trabajadores y es el conocimiento, herramienta que les permite el acceso a un trabajo y a una posición social a través de la educación. Esto, se puede interpretar en el sentido de que las reglas del juego han cambiado en educación, ya que la sola transmisión de información estática, inerte y estable hacia los estudiantes, se ha rebasado por el extremo dinamismo de las estructuras sociales, por las innovaciones tecnológicas y por las transformaciones culturales. (Arguidín, 2005)

En este siglo XXI, “Ya no basta que cada individuo acumule una reserva de conocimientos a la que podrá acudir después sin límites. Sobre todo debe estar en condiciones y utilizar durante toda su vida cada oportunidad que se le presente de actualizar, profundizar y enriquecer ese primer saber y de adaptarse a un mundo en permanente cambio”. (Delors, 1996) Este mundo interdependiente, *supe complejo* y conflictivo presenta grandes desafíos para la educación y, más concretamente, para los sistemas educativos. La educación en este contexto se vuelve cada vez más determinante como inversión y valor importante tanto para los individuos como para las sociedades, como se pone de manifiesto en los ilustrativos y sugerentes trabajos que llevaron a cabo Dominique Rychen y Laura Salganik, en el marco del proyecto DeSeCo (Diseño y Selección de Competencias) en 1996, financiado por la OCDE.

En definitiva, las tendencias globales que muestran la evolución descrita dentro de la actual sociedad (*learning society*) y que supone una ruptura con el concepto hasta ahora empleado de la cualificación del “puesto de trabajo” para dar paso a la introducción de la “flexibilización de los recursos humanos” y de la lógica competitiva son tres:

(a) *hacer frente a los acontecimientos*, afrontar situaciones imprevistas y tomar iniciativas, responder de manera pertinente y adecuada, ser responsable y autónomo, movilizar recursos.

(b) *capacidad de relación y de comunicación*, aceptar trabajar conjuntamente con un objetivo común, manejo y destreza de las nuevas tecnologías, evaluar los efectos de las propias decisiones; y finalmente,

(c) *adoptar una lógica orientada hacia los demás*, lo que implica, desarrollar capacidad de empatía, escuchar y comprender las necesidades del otro, autonomía y capacidad de iniciativa, búsqueda de soluciones adecuadas, entre otras.

Por lo anterior, y en concordancia con la era del conocimiento, podemos sustentar la hipótesis de que el Modelo Educativo basado en Competencias es una de las respuestas más acertadas para abordar la problemática que se describe y que se suscita en nuestra sociedad contemporánea.

En el presente trabajo, en virtud de lo anterior, se analizó si con la adopción del Modelo Educativo basado en Competencias, la Facultad de Contaduría y Ciencias administrativas (FCCA) de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH) lograría la innovación educativa en los procesos académicos; la obtención de resultados acordes con los desafíos del cambio y con las expectativas de la sociedad; y la transformación de paradigmas en los diferentes actores educativos involucrados; por todo ello y en aras de que los estudiantes construyan aprendizajes centrados en su desarrollo personal garantizando un nuevo profesional, competente y competitivo se dirigió esta investigación.

Para lo cual, en primer término se señalan las ventajas y las características que presenta el modelo educativo basado en competencias, con fundamento en la corriente epistemológica del constructivismo; posteriormente se hace un análisis del porque es conveniente implementarlo en el desarrollo académico de la FCCA, y finalmente se concluye con las perspectivas que de este modelo se tienen para la innovación de los procesos académicos y en general de la cultura organizacional de la institución.

DESARROLLO

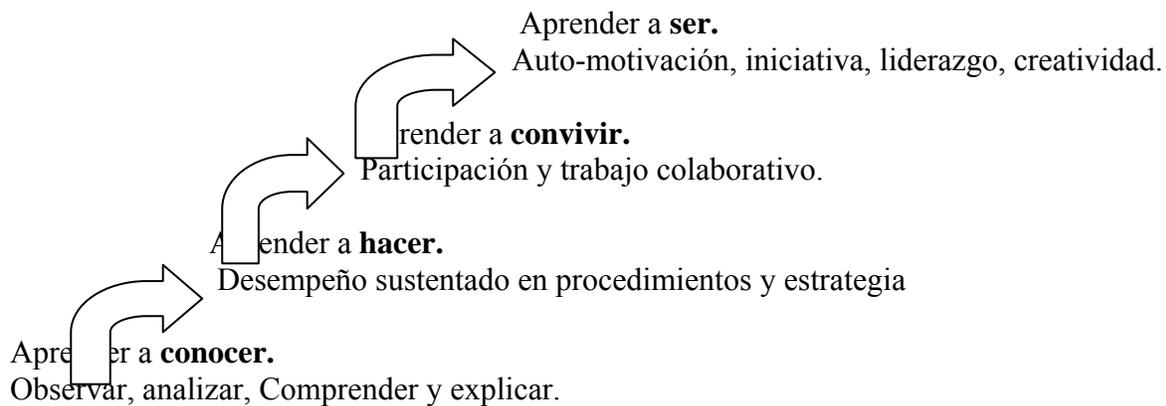
El modelo educativo basado en competencias, tuvo una gran trascendencia en la literatura anglosajona durante la década de los noventa, favorecido por el auge de determinadas disciplinas, tales como la psicología diferencial, cognitiva o la ergonomía cognitiva. A partir de los noventa, este modelo comenzó a recibir importantes críticas por su excesivo énfasis en las características individuales y por la ausencia de una dimensión sociológica, histórica o colectiva. Con posterioridad empezó a gestarse un nuevo cambio o directriz en el modelo, promovido, en parte, por la sociología francófona, que ponía un mayor énfasis en el componente social de la competencia. Este segundo modelo acepta la definición de competencia formalizada previamente pero integra algunas de las críticas señaladas, intentando aclarar de forma más explícita cómo funcionan las competencias, es decir, cómo se adquieren, se reconocen y se aplican.

Las competencias constituyen un planteamiento innovador que permite ayudar a identificar, seleccionar, organizar y categorizar los aprendizajes escolares. Así entendidas incluyen una serie de componentes y presentan diversas características: son activadas en un contexto particular, mediante la movilización de conocimientos específicos de índole procedimental, conceptual y actitudinal, al mismo tiempo y de manera interrelacionada. El desarrollo de las competencias requiere la apropiación, asimilación y utilización funcional de contenidos y saberes diversos; e implica atender a la complejidad y exigencias de las situaciones en las que se aplican, para una actuación eficaz y significativa. (Perrenaud, 2006)

Los objetivos y resultados del proceso de formación se establecen como aprender a conocer; aprender a hacer para poder influir sobre el propio entorno; aprender a vivir juntos para participar y cooperar con los demás, y aprender a ser, lo que implica un proceso que encierra a los otros tres.

Estos se convierten en esenciales para los cambios en los sistemas de enseñanza - aprendizaje. (Delors, 1996)

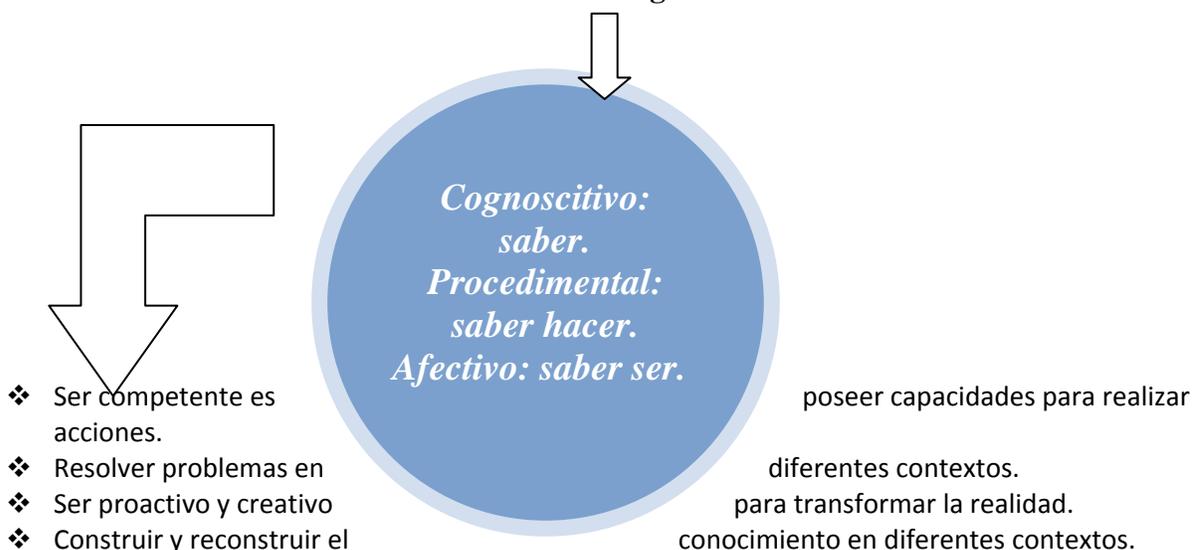
En el informe mundial de la UNESCO “HACIA LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO”, publicado en el 2005 por Koichiro Matsuura Director General, Aprender a aprender significa aprender a reflexionar, dudar, adaptarse con la mayor rapidez posible y saber cuestionar el legado cultural propio respetando los consensos. Estos son los pilares en los que deben descansar las sociedades del conocimiento.



La educación basada en competencias se centra en tres ejes fundamentales, a) El aprendizaje centrado en el estudiante; b) La formación integral desde una perspectiva humanista; y c) Un aprendizaje para toda la vida, y cuenta con las siguientes ventajas:

- Se centra en el “Aprender a Aprender”, situación que favorece al estudiante, ya que se desenvuelve en un medio en el que el conocimiento se aplica y cambia.
- La educación basada en competencias permite al estudiante identificar los procedimientos utilizados en la elaboración del propio conocimiento que lo habilita para saber hacer. De esa manera, podrá tener un auto control sobre los pasos que lleva a cabo para lograr las metas que se proponga.
- Permite la vinculación de los contenidos educativos entre si y de estos con los requerimientos laborales de las sociedades del conocimiento.
- El modelo de competencias conduce a que el adecuado acceda con eficiencia al sector productivo.
- Contribuye a la formación integral de los alumnos. Ayuda a mejorar su calidad de vida, facilita la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes que le permiten un desarrollo y una madurez que amplíen sus perspectivas y la toma asertiva de decisiones a lo largo de la vida.

Proceso de formación integral de los alumnos



(López, 2007)

En la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, en noviembre del 2010, el H. Consejo Universitario aprobará el Modelo Educativo Nicolaita basado en el enfoque por competencias, el cual fue elaborado por un grupo de catedráticos especialistas con el fin de sumar experiencias, energías y creatividad para encontrar diferentes estrategias que permitan a la institución aprender del esfuerzo realizado por los diferentes actores universitarios, sin embargo, la implementación y adaptación del mismo a cada IES, es responsabilidad de cada una de ellas, de acuerdo a su contexto y requerimientos profesionales.

Por lo anterior, la facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas dependiente de la UMSNH, con sus tres programas académicos acreditados; necesita implementar dentro de su currículo educativo el enfoque basado en competencias, situación por la que un grupo de docentes preocupados por empatar los planes y programas académicos con el nuevo modelo educativo nicolaita, nos hemos dado a la tarea de analizar las ventajas y perspectivas de este enfoque para establecer los beneficios que implica en la práctica docente; en la mejora los procesos de enseñanza y aprendizaje, en las directrices de actuación docente, de investigación y la difusión de la cultura.

Se utilizó el método hipotético deductivo y un paradigma analítico e interpretativo para contextualizar las competencias requeridas por la profesión, es decir, las específicas de cada carrera y en general las competencias básicas del tronco común mediante un razonamiento de necesidades por programa educativo en grupos de 8 a 10 profesores por área; todo ello durante los meses de agosto, septiembre y octubre del año en curso, obteniéndose un listado de competencias específicas, problemáticas y necesidades por área.

COMPETENCIAS PARA LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

Fuente:
Propia

FUNCIONES	PROBLEMÁTICA Y NECESIDADES			
	gestión de proyectos			
PLANEACIÓN	CE Desarrollar pensamiento estratégico, táctico y operativo	CE Administrar y desarrollar el talento humano en la organización	CE Elaborar, evaluar y administrar proyectos empresariales en diferentes tipos de organizaciones	CE Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos
	CE Formular planes de marketing			
ORGANIZACIÓN		CE Identificar interrelaciones funcionales de la organización		CE Identificar y optimizar los procesos de negocio de las organizaciones
DIRECCIÓN		Ejercer liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización	CE Identificar y administrar los riesgos de negocios de las organizaciones	
CONTROL	CE Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo		CE Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones	CE Mejorar e innovar procesos administrativos
TOMA DE DECISIONES		CE Tomar decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos en la empresa	CE Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales	
GESTIONAR RECURSOS	CE Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión			CE Administrar un sistema logístico integral
DESARROLLO DE PERSONAS Y ORGANIZACIÓN		CE Capacidad de comunicación y trabajo en equipo		
		CE Capacidad de aprender a aprender		
INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO	CE Detectar oportunidades para emprender negocios innovadores/Capacidad de emprendimiento e innovación	CE Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno social		
GESTIÓN ESTRATÉGICA			CE Evaluar en el marco jurídico la gestión empresarial	
ANÁLISIS DE NEGOCIO			CE Administrar los recursos físicos, financieros y otros de la organización	

Sin embargo, de acuerdo a lo que señala Perrenaud (2005) es importante no crear competencias descontextualizadas, sin referencia a situaciones específicas; es decir, se puede temer que sea una inclinación no apropiada, que debilite drásticamente el enfoque por competencias. Si se espera «desarrollar competencias» limitándose a estimular las capacidades de razonamiento, de argumentación, de observación, de imaginación, los que apoyan las disciplinas pretenderán con toda razón que ellos ya lo hacen, que es ese el sentido de los ejercicios escolares «inteligentes» que se proponen de ahora en adelante, entonces se admitirá el lenguaje de las competencias porque no cambia nada en la práctica.

Para la implementación de un modelo educativo es necesario considerar la ejecución, la operación y la retroalimentación, amén, de la formulación de políticas educativas como diagnósticos, prospección y estrategias. (Mercado, 2011) Pero más aun, la implementación de competencias no se desarrolla de forma aislada, implica el aprendizaje integral de situaciones y requiere una planeación adecuada de actividades de aprendizaje formales e informales.

Concluimos elaborando una grafica con las diferencias de lo que es un modelo educativo basado en competencias y lo que no es, que por tanto demostraría las ventajas de su implementación.

ENTRE OTRAS COSAS NO ES:	ENTRE OTRAS COSAS DEBERÍA SER.
Un detallado documento en el que se describe la historia, ubicación geográfica, ambiente socioeconómico, familiar y social de la comunidad educativa, el organigrama, la lista de profesores, reglamentos internos, entre otras especificaciones.	Un documento en el que se especifica de manera concisa y clara la filosofía o doctrina que define, caracteriza y diferencia a una institución educativa cuyo modelo se base en competencias.
Una utopía llena de ilusiones no realizables.	Una sucesión de ideas objetivas sustentadas en la realidad factible en el mediano y largo plazo.
Un documento de tal amplitud que podría ser aplicado en cualquier institución educativa semejante.	Un documento dotado de singularidad propia y específica de cada institución, fruto de la creatividad de los miembros de la comunidad educativa.
Un documento elaborado por el equipo directivo de la institución educativa entre cuatro paredes.	El resultado de la participación de los ejes de la comunidad educativa, es decir, alumnos, docentes, dirección y demás miembros de la comunidad.
Una cosa fija e inmutable, sujeta a las limitaciones del propio modelo educativo.	Una doctrina permanente pero flexible a los cambios sociales y educativos que reorienten a su acción en un determinado sentido.
Un documento irrelevante e innecesario, porque sin su existencia las instituciones educativas han funcionado igual.	Una orientación dinámica destinada a superar la rutina y evitar las repeticiones que empobrecen la labor educativa, estímulo a la reflexión.
Un documento que dificulta el trabajo, supone aburrimiento y pérdida de tiempo y atenta contra la libertad del docente.	Un documento que contribuye a orientar, establecer prioridades, evitar divagaciones y ajustar la libertad del docente a la del resto de los miembros de la comunidad educativa,

	y coordina los esfuerzos individuales.
Un documento infalible que no permite su revisión y modificación.	Un propósito de mejoramiento que acepta las innovaciones y los cambios propuestos.
Una serie de objetivos muy bien estructurados formalmente, de amplia e indefinida proyección, que está siempre en la mente de todos los miembros de la comunidad educativa.	Un conjunto de objetivos sujetos a revisión y jerarquización en los planes o proyectos de la actividad docente.
Un reglamento y manual de funciones que especifica las responsabilidades y relaciones entre los miembros de la institución educativa.	Un conjunto de fines u objetivos que deben ser alcanzados por los miembros de la comunidad educativa, según el tipo de institución educativa definida en el propio modelo.
El fruto de un mero trámite burocrático que obliga a los docentes a cumplir con ciertas tareas.	La expresión de la creatividad y aspiraciones de cada docente, que aporte sus ideas, con la finalidad de cambiar la realidad con proyecciones de futuro..
Una respuesta a las exigencias del momento. Todos están haciendo un modelo educativo; por lo tanto, no podemos quedar atrás.	Un compromiso con la función educativa y una manera de cooperar en el logro de los objetivos educacionales
Una copia de objetivos extraídos de libros especializados adaptados a la institución educativa.	Unos objetivos surgidos de la comunidad educativa, que expresen los valores existentes en el entorno, como guías para formación de los alumnos.

BIBLIOGRAFÍA

Arguidín, Y. (2005). *Educación basada en competencias*. México : Trillas.

Barriga, A. D. (1995). *El enfoque de competencias en la educación.¿ Una alternativa o un disfraz de cambio?* México : Púrrua.

Cerón, J. s. (2008). *Modelo Educativo Basado en Competencias*. México: trillas .

Delors, J. (1996). *La educación encierra un tesoro*. Madrid: Santillana.

López, J. (03 de Abril de 2007). <http://congreso.codoli.org/conferencias>. Recuperado el 15 de Agosto de 2010, de las competencias básicas del currículo en la LOA: <http://congreso.codoli.org/conferencias>

Matsuura, K. (2005). *Informe mundial: Hacia la sociedad del conocimiento*. E.U.A: UNESCO.

Mercado, H. (2011). *México necesita un nuevo modelo educativo*. Alemania: academica española.

Perrenaud, P. (2006). *Construir Competencias desde la escuela*. Santiago: Noreste .

Salganik, D. S. (2006). *Las competencias clave para el bienestar personal, social y económico*. Malaga: Aljibe.

INNOVACIÓN DE TÉCNICAS DIDÁCTICAS PARA APRENDIZAJE EN ADMINISTRACIÓN Y CONTADURÍA EN LA FCCA-UMSNH

María Ofelia Mendoza Galván ofmega2003@yahoo.com.mx Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
María López Larrea lopezlarrea@yahoo.com.mx Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen

Los cambios tan acelerados actuales en un entorno global, exigen a las organizaciones educativas estar a la vanguardia en innovaciones para lograr sus objetivos de manera más efectiva. Por ello es fundamental la colaboración del personal docente, del personal administrativo y los directivos.

Esta investigación trata de la importancia de hacer innovaciones en las técnicas de enseñanza-aprendizaje para la administración y la contaduría, con base en las opiniones de los estudiantes de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

El objetivo de esta investigación es detectar necesidades de los estudiantes para presentar propuestas innovadoras en técnicas didácticas, que al ser utilizadas por los profesores, coadyuven a una mejor formación de profesionistas.

En esta investigación se utiliza un enfoque cuantitativo-deductivo. Partiendo de un análisis de conceptos teóricos del tema, se realizó una investigación de campo con la aplicación de un cuestionario, a una muestra de 95 sujetos integrados en una población de estudiantes que cursan el tercero, quinto y séptimo semestre de esta Facultad.

Se presentan los resultados con las propuestas para mejorar el aprendizaje en las carreras de Administración y Contaduría, que lleven a una mejora en formación profesional.

Palabras clave: innovación, técnicas, aprendizaje, administración, contaduría.

Abstract

Intensive nowadays changes in the global environment demand the educative organizations to be up to date with innovations to accomplish their objectives in the most effective way. That's why the cooperation with teaching staff, administrative employers and directives is fundamental.

This presentation is about the importance of making innovations in the teaching-learning techniques, for the administration and accounting degree courses. It is based on students from the Accounting and Administration Faculty from the Universidad Michoacana de San Nicolas de Hidalgo's opinions.

The object of this investigation is to detect students' needs; in order to present innovating proposals in didactic techniques, which when used by teachers contribute to better professionals formation.

In this investigation a quantitative-deductive approach has been used. Departing from theoretical analysis of the subject, a field work was made by the mean of applying a questionnaire to a sample of

95 subjects, whose are integrated into the students' population of third, fifth and seventh semester in this faculty.

Results are presented with proposals to improve learning in administration and accounting degree courses, which lead to a better professional formation.

Key words: innovation, techniques, learning, administration, accounting.

Introducción

En la actualidad, las carreras de Licenciatura en Administración y Licenciatura en Contaduría tienen mucha demanda por los alumnos egresados del bachillerato, quienes obtienen su matrícula en nuestra Facultad y cursan sus estudios en nueve o diez semestres según sea el caso; esto provoca que al concluir su carrera y titularse, existe una mayor oferta de profesionistas en estas áreas y por tanto mayor competencia entre ellos. Por fortuna, tanto las organizaciones públicas como las privadas siempre requieren personal capacitado en administración y la contaduría.

Por lo anterior, es de suma importancia la planeación de procesos de enseñanza-aprendizaje con innovaciones, como una estrategia en la formación de profesionales en estas disciplinas, que lleve a una mejor preparación de los egresados y puedan competir con más fortalezas en el mercado laboral.

El **objetivo general** de este trabajo es detectar necesidades de los estudiantes, para presentar técnicas didácticas innovadoras en el aprendizaje de la administración y la contaduría, en la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

Problema

Tradicionalmente los profesores planificamos las clases apoyados en nuestra experiencia como docentes, partiendo de un programa educativo que la institución nos indica. Sin embargo, derivado de los cambios en el desarrollo humano de los alumnos y de su personalidad, ellos manifiestan tener necesidades muy diferentes a las que los profesores tuvimos en nuestro tiempo de estudiantes. Ello debe motivar a los docentes a realizar innovaciones en la enseñanza-aprendizaje dentro del aula, lo cual requiere de aplicar la creatividad del profesor y considerar la opinión de los mismos estudiantes, quienes son los clientes principales de la institución educativa. Lo anterior no debe percibirse como restar autoridad en el aula a los profesores, sino como enriquecimiento de la relación alumno-profesor, que podría erradicar el ejercicio de libertad de cátedra con una actitud autócrata.

Planteamiento del problema: ¿Cómo seleccionar y aplicar técnicas didácticas más adecuadas para que los estudiantes aprendan la administración y la contaduría?

El método

Para alcanzar el objetivo general, se plantean los siguientes objetivos particulares:

- Realizar un análisis de las teorías sobre innovación y procesos de enseñanza aprendizaje.
- Conocer la percepción de los estudiantes de administración y contaduría, sobre el método y técnicas de enseñanza aprendizaje que han llevado.
- Recopilar opiniones y sugerencias de los mismos estudiantes, en técnicas didácticas para mejorar su formación profesional.

Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo-deductivo. A partir de un análisis de conceptos básicos sobre el tema, se realizó una investigación de campo.

Población: Alumnos que cursan tercero, quinto y séptimo semestre de las carreras de Administración y Contaduría, en la Facultad de Contaduría y ciencias Administrativas de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, con universo de 1809 matriculados.

El muestreo utilizado fue de tipo no probabilístico, a juicio de profesoras investigadoras y por conveniencia gracias a la facilidad de acceso a los grupos seleccionados que estudian estas carreras. La muestra fue de 95 alumnos, que representan un 5.25% del universo.

El instrumento que se utilizó fue un cuestionario, que contiene seis preguntas abiertas de opinión sobre las técnicas didácticas aplicadas en los anteriores cursos y que favorecieron su aprendizaje; se cuestiono también sobre las materias y técnicas deficientes durante su carrera; asimismo se pidió su opinión para innovar técnicas de la enseñanza-aprendizaje en su carrera. Se presenta una síntesis de resultados que incluyen las propuestas de los estudiantes encuestados.

Marco teórico

Siendo las personas quienes dan vida a las organizaciones, cada una con sus recursos humanos, según Arias (2004), no sólo el esfuerzo físico de los trabajadores, factores como la salud, los conocimientos, la experiencia, las aptitudes, las actitudes y la motivación integran los recursos humanos de quienes forman parte de las empresas, es imprescindible la formación y desarrollo de los profesionistas como misión sustantiva de las universidades.

La innovación, según el diccionario de la Real Academia Española, es la creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado. Un aspecto esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial. No sólo hay que inventar algo, sino por ejemplo, introducirlo y difundirlo en el mercado para que la gente pueda disfrutar de ello. En este caso hay que innovar en las instituciones educativas.

Innovar proviene del latín innovare, que significa acto o efecto de innovar, tornarse nuevo o renovar, introducir una novedad. La definición anterior tiene un enfoque hacia el marketing, sin embargo el innovar también se aplica a procesos, procedimientos, métodos y técnicas de la enseñanza-aprendizaje.

Innovación “Así como la energía es la base de la vida misma y las ideas son la fuente de la innovación, ésta última es la chispa vital de todo cambio humano, del mejoramiento y del progreso” Ted Levitt, gurú de mercadotecnia. Citado por Schermerhorn (2010).

Según Alan Graham, citado por Senge (2007), en la ingeniería cuando una idea pasa de la invención a la innovación, confluyen diversas “tecnologías de componentes”. Estos componentes, nacidos de desarrollos aislados en diversas áreas de la investigación, configuran un conjunto de tecnologías que son fundamentales para el mutuo éxito.

La calidad del servicio y el producto no son excluyentes, hoy las universidades como instituciones de servicios, tienen un gran mercado, pues cada vez son más las personas que se interesan por llevar a cabo una formación profesional. Es aquí donde se centra la atención de quienes participan en la docencia, ya sea como planificadores, como docentes o ambos.

En la actualidad los estudiantes buscan servicios educativos con más calidad, que los lleven a un futuro profesional más competitivo en el área que han elegido desarrollar. Las universidades públicas quieren posicionarse de manera positiva en la mente de los usuarios de los servicios educativos.

Casi todas las empresas compiten sobre la base de la innovación continua. Para alcanzar el éxito en el plano comercial, las ideas de nuevos productos y servicios deben cubrir una necesidad real o percibida del cliente. Un conjunto de técnicas que se denominan diseño empático puede ayudar a resolver esos dilemas y su base es la observación. Por ello los profesores tenemos que realizar observaciones en el aula a fin de detectar reacciones de los estudiantes; también es necesario utilizar la encuesta que nos permita conocer datos sobre opiniones de los alumnos, para contar con información que nos lleven a realizar inferencias.

Muy relacionada con la innovación esta **la creatividad**, denominada también ingenio, inventiva, pensamiento original, imaginación constructiva, pensamiento divergente o pensamiento creativo; es la generación de nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales. Dentro de cada individuo, la creatividad es una función de tres componentes: pericia, capacidad de pensamiento creativo y motivación.

El individuo creativo puede, no obstante, diferenciarse de los demás en cuanto a los rasgos de su personalidad. Los individuos creativos tienden a ser enormemente intuitivos y a estar más interesados por el significado abstracto del mundo exterior que por su percepción sensitiva.

Algunas innovaciones nacen de un destello de genialidad para Peter Drucker (1985), la mayoría son resultados de una búsqueda de oportunidades consciente y deliberada. Centrarse en un trabajo disciplinado es más importante que tener una personalidad emprendedora para los directores que buscan innovación.

Dijo Drucker (1985): “la innovación es la función específica del espíritu emprendedor, tanto en una empresa ya existente o en una institución pública, como en un negocio nuevo montado por una sola persona en la cocina de su casa. Es el medio con el que el emprendedor crea nuevos recursos productores de riqueza o potencia los ya existentes”.

Aquí, es oportuno hacer referencia al acto didáctico comunicativo que define la actuación del profesor para facilitar los aprendizajes de los estudiantes. Su naturaleza es esencialmente comunicativa. Lo importante es la relación que el alumno establece con el conocimiento; el profesor es el que ayuda a conseguir que se de esta relación agradable y fructífera.

¿Qué es una técnica didáctica?

La palabra técnica deriva de la palabra griega *technikos* y de la latina *technicus* y significa relativo al arte o conjunto de procesos de un arte o de una fabricación. Es decir, significa cómo hacer algo.

Existe una gran cantidad de técnicas didácticas, al igual que existen diferentes formas de clasificarlas. La técnica incide por lo general en una fase o tema del curso que se imparte pero puede ser también adoptada como estrategia si su diseño impacta al curso en general. Dentro del proceso de una técnica puede haber diferentes actividades necesarias para la consecución de los resultados que se esperan. Estas actividades son aún más parciales y específicas que la técnica y pueden variar según el tipo de técnica o el tipo de grupo con el que se trabaja.

El concepto de técnica didáctica suele también aplicarse mediante términos tales como *estrategia didáctica* o *método de enseñanza*, por lo que es importante establecer algunos marcos de referencia que permitan esclarecerlos.

La didáctica es el campo disciplinar de la pedagogía que se ocupa de la sistematización e integración de los aspectos teóricos metodológicos del proceso de comunicación que tiene como propósito el enriquecimiento en la evolución del sujeto implicado en este proceso. (Dra Nivia Alvarez Aguilar).

Relacionado con la técnica esta el método de enseñanza, el término método se utiliza para designar aquellos procesos ordenados de acciones que se fundamentan en alguna área del conocimiento, o bien modelos de orden filosófico, psicológico, de carácter ideológico, etc.

Método significa camino para llegar a un lugar determinado. Por lo tanto, el método indica el camino y la técnica cómo recorrerlo. Se puede decir que con base en un método se parte de una determinada postura para razonar y decidir el camino concreto que habrá de seguirse para llegar a una meta propuesta. Los pasos que se dan en el camino elegido no son en ningún modo arbitrarios, sino que han pasado por un proceso de razonamiento y se sostienen en un orden lógico fundamentado.

Las actividades de enseñanza que realizan los profesores están inevitablemente unidas a los procesos de aprendizaje que, siguiendo sus indicaciones, realizan los estudiantes. El objetivo de docentes y discentes siempre consiste en el logro de determinados aprendizajes y la clave del éxito está en que los estudiantes puedan y quieran realizar las operaciones cognitivas convenientes para ello, **interactuando** adecuadamente con los recursos educativos a su alcance.

En este marco el empleo de los **medios** didácticos, que facilitan información y ofrecen interacciones facilitadoras de aprendizajes a los estudiantes, suele venir prescrito y orientado por los profesores, tanto en los entornos de aprendizaje presencial como en los entornos virtuales de enseñanza.

La selección de los medios más adecuados a cada situación educativa y el diseño de buenas intervenciones educativas que consideren todos los elementos contextuales (contenidos a tratar, características de los estudiantes, circunstancias ambientales...), resultan siempre factores clave para el logro de los objetivos educativos que se pretenden.

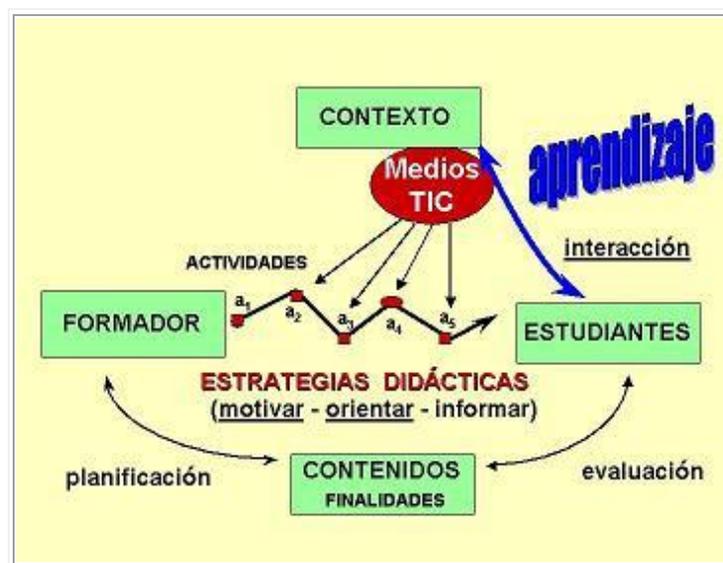


Figura 1. Las estrategias de enseñanza en el marco del acto didáctico.

Las estrategias de enseñanza se concretan en una serie de actividades de aprendizaje dirigidas a los estudiantes y adaptadas a sus características, a los recursos disponibles y a los contenidos objeto de estudio. Determinan el uso de determinados medios y metodologías en unos marcos organizativos concretos que proveen a los alumnos de los oportunos sistemas de información, motivación y orientación. Las actividades deben favorecer la comprensión de los conceptos, su clasificación y relación, la reflexión, el ejercicio de formas de razonamiento, la transferencia de conocimientos.

El principal objetivo del profesorado es que los estudiantes progresen positivamente en el desarrollo integral de su persona y, en función de sus capacidades y demás circunstancias individuales, logren los aprendizajes previstos en la programación del curso, establecida de acuerdo con las directrices del proyecto curricular del centro.

La Administración es una ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales, por medio de una estructura formal y a través del esfuerzo humano coordinado. (Fernández Arena, 2006).

La **Contaduría** es una disciplina que recopila, genera y transmite conocimientos relacionados con la información financiera, auxiliándose de varias ramas, estas son: contabilidad, sociedades, finanzas, costos, fiscal, auditoría, contabilidad administrativa.

Para la investigación de campo realizada el mes de septiembre pasado, en la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la UMSNH se aplicó el siguiente cuestionario:

Amable estudiante: El presente cuestionario tiene por objetivo conocer tu opinión sobre técnicas de enseñanza-aprendizaje en el avance de tu carrera. Te agradezco contestes estas preguntas con la mayor sinceridad.

1.- Cita tres técnicas didácticas aplicadas que favorecieron tu aprendizaje, indica en qué materias.

2.- Anota las asignaturas en las que tuviste un aprendizaje deficiente, y cita las técnicas didácticas utilizadas durante ese curso.

3.- ¿Crees que en materias de administración, se requiere aplicar más práctica que teoría? Justifica tu respuesta.

4.- ¿Crees que en materias de contaduría, se requiera aplicar más práctica que teoría? Justifica tu respuesta.

5.- ¿Qué opinas del uso de presentaciones en power point en el aula?

a) Por el Profesor b) Por los estudiantes

6.- ¿Consideras necesario hacer innovaciones a las técnicas didácticas en las materias que cursas?

7.- ¿Qué cambios sugieres en la enseñanza- aprendizaje de tu carrera, para mejorar tu formación profesional?

De acuerdo al análisis de respuestas de los estudiantes se observó que varios se quejaron por no haber aprendido algunas materias debido a la técnica didáctica que utilizaba el profesor. Sin embargo también hubo respuestas sobre técnicas que favorecieron su aprendizaje, las cuales se presentan en la siguiente tabla.

Tabla No. 1 Síntesis de resultados de encuesta sobre técnicas didácticas.

Técnicas Favorables	Técnicas Desfavorables
<ul style="list-style-type: none">• Elaborar cuadros sinópticos,• Investigación de campo,• Hacer cuestionarios de cada tema,• Análisis y discusión de casos,• Investigación documental, individual y en equipos,• Ejercicios dentro y fuera del aula,• Lectura individual,• Lluvia de ideas,• Exposición audiovisual,• Examen después de cada unidad,• Lectura de comprensión y comentar los temas.	<ul style="list-style-type: none">• Exposiciones de alumnos,• Dictado de profesor,• Lectura individual y grupal sin explicación.

Sugerencias de los estudiantes encuestados para innovar la enseñanza-aprendizaje en la Contaduría y en la Administración:

- Conferencias con expertos en materias contables y administrativas;
- Actualizar el plan de estudios, con un enfoque de competencias;
- Lectura comentada, con una retroalimentación efectiva;
- Creación de empresas, con asesoría de empresarios;
- Ejercicios más reales de la vida laboral y actual;
- Compromiso de estudiantes para mejorar los trabajos y exposiciones;

- Dinámicas grupales con juegos de competencia entre los alumnos;
- Que los profesores pregunten más a los estudiantes para verificar el aprendizaje;
- Prácticas de campo, mejores empresas para prácticas profesionales;
- Reportajes, entrevistas, mayor práctica del mundo real;
- Más investigación de campo, relacionar la teoría con la práctica;
- Análisis y discusión de temas, el debate dirigido;
- Practicas y visitas a empresas privadas;
- Presentaciones en power point más sencillas y dinámicas.

Conclusiones y Propuestas

Sin lugar a dudas, en el sistema educativo mexicano como en todas las organizaciones es fundamental hacer innovaciones que favorezcan a los clientes o usuarios, con el propósito de alcanzar los objetivos institucionales.

En la investigación realizada se considera haber logrado el objetivo general, sin embargo para que haya un cambio significativo es necesaria la participación de profesores y estudiantes, así como de apoyos administrativos.

Para realizar innovaciones en el aula, no se requiere contar con muchos recursos materiales, en realidad el recurso más importante es el factor humano, considerando la inteligencia, las aptitudes, las habilidades, pero sobre todo la motivación positiva del personal docente, la cual tiene que ser contagiada a los estudiantes para implementar nuevas técnicas en el aprendizaje de la administración y la contaduría de manera más eficiente. Algunas sugerencias son las siguientes:

- ✓ Que los profesores de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas se actualicen tomando cursos sobre técnicas didácticas y las implementen en el aula.
- ✓ El plan de clase mediante una carta descriptiva para el control de actividades diarias, semanales y durante el semestre escolar, es una herramienta fundamental.
- ✓ Que los profesores participen más en las Academias respectivas para retroalimentar la comunicación con los compañeros.
- ✓ Mediante reuniones académicas se pueden generar ideas creativas para compartir con los miembros de éstas.
- ✓ La buena actitud y disposición de los docentes para innovar y despertar el deseo de innovar en sus estudiantes.
- ✓ Contar con algunos recursos materiales como proyector en las aulas.

Esta investigación representa una sencilla aportación para la mejora continua de nuestros programas acreditados en la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, sin embargo la realización depende de la actitud positiva de los docentes, alumnos, personal administrativo y autoridades, lo cual redundaría en beneficio de los estudiantes actuales y futuros profesionistas.

Referencias

Libros:

Amabile, T., Leonard, D., Rayport, J. Drucker, P. et al (2005). *Harvard Business Review. Creatividad e innovación*. Barcelona: Deusto.

Arias, F., Heredia, V. (2004). *Administración de Recursos Humanos para el Alto Desempeño*. México: Trillas.

Chiavenato, I. (2010). *Innovaciones de la Administración. Tendencias y Estrategias de Nuevos paradigmas*. México: Mcgraw Hill,

Fernández, J.A. (2006). *El proceso Administrativo*. México: Diana.

Robbins. S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. Décima edición. México: Pearson Prentice Hall.

Senge, P. (2007). *La Quinta Disciplina. El arte y la práctica de la organización abierta al aprendizaje*. Buenos Aires: Granica.

Schermerhorn, J. R. (2010). *Administración*. México: Limusa Wiley.

Fuentes electrónicas

<http://es.wikipedia.org/wiki/Creatividad>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Innovación>

<http://peremarques.pangea.org/actodid.htm>

http://www.itesm.mx/va/dide2/tecnicas_didacticas/quesontd.htm

<http://www.psicopedagogia.com/definicion/didactica>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Contadur%C3%ADa>

EVALUACIÓN Y REFLEXIÓN DE LA PRÁCTICA DOCENTE

Ma. Hilda Rodales Trujillo hildaumich@gmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Mario Chávez Zamora mariochavezamora@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Ana Nélica Rodales Trujillo llyrox@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

Resumen:

Existe en México, desde hace mucho, la preocupación de que no hay personas eficientes en desempeño de la actividad docente en el personal de la educación superior. De manera particular, un hecho que preocupa es la falta de conocimientos en el área docente al momento de ingresar a una institución educativa; por tal motivo se presenta en este trabajo los resultados obtenidos en la evaluación aplicada al personal recién incorporado a la docencia.

Para efectos de este trabajo la referencia se hará con mayor frecuencia al grupo de académicos de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas que cuentan con poca experiencia en la docencia, o que son recientemente incorporados a este campo de desarrollo profesional, ya que se considera será la parte sustancial para lograr la eficiencia del personal docente, tomando en cuenta que son los recursos humanos en primer lugar más necesitados de orientación y capacitación y en segundo lugar también la parte más manejable; en este sentido, se busca en términos generales identificar y determinar las variables que potencializan al docente recién incorporado a esta dependencia académica de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo; para tal efecto se desarrolla en la primera parte un esbozo de los antecedentes en el tema de la evaluación docente, se continúa con las referencias teóricas en conceptualizaciones del tema, para finalmente presentar los resultados obtenidos en la evaluación.

Palabras clave: Práctica docente, personal académico, educación superior, eficiencia docente, recurso humano.

Abstract

There in Mexico, has long been concern that there are no people efficient performance of teaching staff in higher education. In particular, raises concerns is the lack of teacher knowledge in the area when entering an educational institution, for that reason this paper presents the results of evaluation applied to newly recruited staff to teaching.

For purposes of this paper will refer most often to the group of academics from the School of Accounting and Management Sciences who have little experience in teaching, or are newly added to this field of professional development, as it is considered will the substance to achieve the efficiency of teachers, bearing in mind that human resources are the most needy first orientation and training, and secondly also the most manageable, in this sense, it seeks to broadly identify and determine variables that potentiate the newly recruited teachers this academic unit of the Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, for this purpose in the first part develops an outline of the background on the issue of teacher assessment, continuous with the theoretical references in conceptualizations of the subject, and finally present the results of the evaluation; Needy first orientation and training, and secondly also the most manageable, in this sense, it seeks to broadly identify and determine variables that potentiate the newly recruited teachers this academic unit of the Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, for this purpose in the first part develops an outline of the background on the issue of teacher assessment, continuous with the theoretical references in conceptualizations of the subject, and finally present the results of the evaluation.

Key words: Teaching practice, academics, higher education, teaching efficiency, human resources.

Desarrollo del tema

Desde principios del siglo XX, la educación elemental y la educación media constituyeron actividades dirigidas a toda la población. En esa época, la educación superior sólo alcanzaba a un sector reducido de la misma. A partir de la Segunda Guerra Mundial, en todos los países se consolida la idea de la educación superior como palanca del desarrollo económico y social y, al mismo tiempo, como mecanismo fundamental de movilidad social. Si se suma a esta idea la explosión demográfica ocurrida al nivel mundial, se hace comprensible el proceso de masificación vivido dentro de las IES.

En una primera etapa, este proceso de masificación se caracterizó por la improvisación del personal docente para atender niveles de demanda de educación superior nunca antes observados. (Antón 1994) señala que gran parte de quienes asumieron la función docente en el periodo referido, fueron profesionales que, en muchos casos, eran la primera generación con estudios universitarios dentro de sus familias y su incorporación a la educación superior ocurrió a partir de una trayectoria en el campo profesional. Según el mismo autor, más de un tercio de estos profesionales contaba con experiencia docente aunque en otros niveles; un 40% demostró tenerla en instituciones universitarias públicas y un 36% en instituciones de tipo tecnológico y en universidades privadas. Donde prácticamente se calificaba como inexistente era en la función de investigación. En muchos casos, su incorporación en la vida académica tuvo como principales fuentes de habilitación para la práctica docente, la experiencia como ayudantes de profesores con alguna trayectoria y la acreditación de cursos o talleres de didáctica.

En una etapa posterior, paralela a la aparición de incipientes procesos de evaluación institucional, a partir de las últimas dos décadas del siglo XX, la evaluación de la práctica docente parece haber cobrado especial relevancia. Dado que el reconocimiento de la producción científica, ocurrida en las IES alrededor de los años ochenta, distrajo la atención del profesor universitario de la actividad de docencia (García y Manuel 1988), la existencia de mecanismos de evaluación de la misma, no constituyó una situación generalizada en todas las instituciones.

La evaluación del docente ha permitido a las instituciones reflexionar sobre la enseñanza, su misión, su quehacer y en su conjunto, sobre la calidad de la enseñanza que imparten. La evaluación de la docencia es concebida como una valoración de las competencias de los profesores; su finalidad está encaminada a obtener información que permita la toma de decisiones institucionales para lograr una mejor calidad de la enseñanza. Son muchos los elementos susceptibles de evaluación en la práctica docente, por lo que, definir su importancia en la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje, es una tarea para los hacedores de políticas educativas.

En la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, creada en 1960 con la actual misión de “formar profesionales e investigadores en contaduría, administración e informática con: excelente calidad, profunda y verdadera vocación humanista, elevados valores morales y comprometidos con las demandas del entorno económico y social, al cual nos debemos”, se cuenta con aproximadamente una planta docente de ciento ochenta académicos de base y con personal académico en carácter de eventual que oscilan entre los ochenta y cien académicos, por lo tanto podríamos decir que cuenta con un planta de aproximadamente de doscientos ochenta profesores.

En la estructura organizacional actual de esta institución se cuenta con varias coordinaciones enfocadas al mejoramiento académico, específicamente existe la Coordinación de Capacitación y Educación Profesional Continua, la cual en coordinación con el Departamento de Psicología Psicometría y Didáctica de La Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, ofrece el apoyo a los profesores a fin de actualizar sus conocimientos profesionales y didácticos, aún y cuando pudieran existir en parte los recursos en cuanto a estructura organizacional, necesarios para mejorar la función académica y la eficiencia en el personal docente, como lo comentamos anteriormente son además otros factores los que intervienen para el logro de este objetivo entre ellos podríamos mencionar: la falta del perfil deseable, la falta de un programa de inducción a la institución para nuevos académicos, el tiempo de dedicación para preparar sus cátedras, la falta de un programa eficiente de evaluación en la productividad y eficiencia del cuerpo académico, entre muchos otros aspectos.

El deficiente manejo de los recursos humanos podría ser en resumen uno de los elementos que mas afectan al desempeño de la labor académica en las instituciones de educación superior, el personal administrativo, para este caso de investigación no es motivo de estudio ya que se hace referencia al personal académico exclusivamente, por tal motivo es importante clasificar la planta docente de esta institución en dos grupos: el primer grupo lo conformaría con todos los profesores con antigüedad dentro de la institución de diez años en adelante, considerando que este grupo de académicos de alguna u otra forma ya han adquirido experiencia en el área docente y que en la mayoría de los casos su desempeño es menos deficiente, el segundo grupo lo conformaría con los profesores de nuevo ingreso considerando a todos aquellos que cuentan con una antigüedad menor a los diez años y a los profesores eventuales que se inician en este campo de acción profesional.

Resulta pertinente hacer un análisis acerca de los conceptos de eficiencia en la docencia, la función académica, y los recursos humanos, los cuales han sido el cimiento de muchos estudios para tipificar los mismos conceptos pero aplicados a la educación superior.

Eficiencia en la docencia.

Dentro de la relación economía y educación, al hablar de eficiencia nos podemos referir a dos campos distintos: 1. Eficiencia externa, que trata de maximizar el beneficio que la educación reporta a la sociedad. 2. Eficiencia interna, que trata de producir el resultado o producto al menor coste posible.

La eficiencia externa, en el ámbito educativo, se suele medir a través de los objetivos que persigue la sociedad y puede valorarse por la relación entre costos y beneficios sociales. Dicho de forma muy general, el objetivo de eficiencia, en este caso, se traducirá en la aportación de una cantidad de educación que maximice el beneficio social neto. Para ello debemos identificar tanto los costos como los beneficios de la educación (Drucker 1992) diferencian entre partidas individuales y partidas sociales, considerando sociales “aquellos costos y beneficios que trascienden de la esfera individual y afectan a un amplio conjunto de personas, produciéndoles externalidades positivas o negativas, según sea el caso”.

Los costos sociales de la educación postobligatoria serían aquellos en los que incurre el conjunto de la sociedad para brindar educación a sus miembros (en general, los costos de producción directa de las actividades educativas, los costos de mantenimiento de los estudiantes y los costos de oportunidad de los alumnos).

Los beneficios sociales de la educación postobligatoria (aumento de la participación social en los asuntos públicos, cambios en las actitudes y valoraciones de la sociedad y mejora de la eficiencia y del crecimiento de la economía, entre otros) implican algo más que la simple suma de los beneficios individuales que aporta la educación, pues, como apunta (Quintás 1983), “hay rendimientos sociales si, más allá de los beneficios del propio sujeto educado, se manifiestan ventajas de cualquier clase o naturaleza en otros miembros de la sociedad, o en toda ésta de forma indiscriminada”.

En ambos casos, los beneficios y costos sociales, no resulta fácil la cuantificación e incluso, en muchas ocasiones, su enumeración. Pero no cabe duda de que la educación postobligatoria supone no sólo beneficios y costos individuales, sino también sociales (Quintás 1983).

La eficiencia interna en el ámbito educativo hace referencia a la relación entre insumos y productos dentro del sistema educativo o dentro de determinadas instituciones. Por tanto, el output se mide, en este caso, en función del resultado, en la consecución de los objetivos del sistema educativo o de la institución y no por la forma en que han sido conseguidos los objetivos de la sociedad.

A la hora de analizar la eficiencia interna en el sector de la educación, hay que tener en cuenta tanto los insumos como los productos para evitar la existencia de errores. Así señala (Borrero 2002) en muchas de las discusiones sobre eficiencia de la educación se han cometido frecuentes errores como decir: lo común entre quienes critican la educación superior, es juzgar la eficiencia sólo en relación a los costos.

Evidentemente, la cuestión de qué es más eficiente sólo puede ser respondida si sabemos algo acerca de los resultados. El segundo error, común entre los defensores de la educación superior, es juzgar la eficiencia sólo en relación con los resultados. Se supone que la mejora de los resultados es lo deseable al margen de lo que ocurra con los costos. Ambos enfoques fallan al no reconocer que la eficiencia es una relación entre dos variables, costos y resultados”.

Una vez realizada una aproximación general al concepto de eficiencia y sus diferentes acepciones, nos hemos de centrar en el enfoque microeconómico de eficiencia, referido a la educación, en el ámbito interno, realizando a continuación una descripción detallada de dicho concepto y de sus diferentes dimensiones.

El concepto de eficiencia que se utiliza en los trabajos implicados en la valoración de la actividad pública es el de eficiencia productiva, es decir, el análisis de la eficiencia se centra en determinar si el Sector Público está siendo eficiente desde el punto de vista productivo. Así, una unidad será catalogada como eficiente si opera de acuerdo a la función de producción, o lo que es lo mismo, si obtiene el máximo rendimiento de los factores productivos que utiliza, sin derrochar recursos. Por tanto, la idea general contenida en el concepto de eficiencia es que no existe desaprovechamiento, obteniéndose la máxima productividad en relación con los recursos empleados o, alternativamente, que la cantidad utilizada de recursos para obtener un determinado nivel de producción sea mínima.

En general, podemos afirmar que, la búsqueda de la eficiencia es la búsqueda de la combinación más apropiada de costos y beneficios, de sacrificios y utilidades, en el sentido de que hay que descubrir la combinación que: 1) genere la mayor cantidad posible de beneficios de entre las que tienen idéntico costo, o 2) haga incurrir en menos costos de entre las que producen idénticos beneficios, o 3)

presente la mejor relación proporcional entre los costos en los que se incurren y los beneficios que se obtienen.

Los recursos humanos

No podemos dejar de lado la gestión de recursos humanos que según (Arias 2001), la define como “la gestión de recursos humanos incorpora todas las decisiones y acciones empresariales que afectan a la relación entre la organización y sus empleados (sus recursos humanos)”.

La definición clásica de (Dessler 1994): “La gestión de personal es aquella parte de la gestión empresarial que se dedica a las personas en el trabajo y, por tanto se preocupa por las relaciones entre personas y trabajo, persona y persona (individual y colectivamente), y entre empleados y empresario (así como las instituciones que representan).

Como cualquier otra área de la gestión de empresas, el objeto de la gestión de personal ha de ser la promoción de la eficiencia de la organización, pero con la premisa que ésta eficiencia está directamente relacionada con el bienestar físico y psicológico de los empleados.”

La función académica

El proceso de formación del docente universitario puede considerarse como un proceso de adquisición de aprendizajes de alto nivel de complejidad, que incluye además de aspectos cognoscitivos, desarrollos psicomotrices específicos y aspectos socioafectivos.

La toma de conciencia por parte de las instituciones universitarias de la problemática descrita, estimuló el desarrollo de acciones, aisladas y /o programas formales de capacitación docente, para intentar subsanar los problemas mencionados.

Entre los teóricos e investigadores de las Ciencias de la Educación aparece esta preocupación, y se han elaborado algunos dispositivos para convertir a los Profesionales que se dedican a la docencia, en Profesionales de la educación.

Las acciones sistemáticas de formación de docentes universitarios se asocian en nuestro país con el surgimiento de las unidades que encaran la Pedagogía universitaria a fines de la década del 50. De esta época es el surgimiento.

Hay que considerar que la tarea docente requiere no solamente preparación académica sólida, sino también otros conocimientos, valores y actitudes, que garanticen un desempeño pertinente y eficaz.

Entre los desafíos que debe enfrentar el docente universitario podemos señalar:

- La multiplicidad de funciones que supone el desempeño del rol docente, (docencia, investigación, extensión y gestión).
- La variedad de contextos en que se desempeña: cada unidad académica tiene una cultura institucional que incide fuertemente en el momento de tomar decisiones.
- La complejidad del acto pedagógico, “La inmediatez de los acontecimientos en el aula es algo que nunca podrá olvidar cualquiera

que haya estado a cargo de una clase llena de estudiantes. Existe una exigencia del aquí y ahora. (Drucker 1992)

- La indeterminación de las situaciones: en el acto pedagógico, “estamos frente a una práctica que reconoce cada vez más su dependencia del contexto singular en el que tiene lugar la acción ” (Souto 2006)

La adopción por el docente de una perspectiva axiológica, ideológica (en el sentido de visiones del mundo), incide en las formas de vinculación con el conocimiento cuya interiorización se propone y, por lo tanto, también tiene su expresión en la construcción metodológica, siguiendo la afirmación de (Ferry 1990), podemos decir que “La práctica prolongada del desempeño docente fue aceptada, durante mucho tiempo, como garantía de idoneidad, pero en nuestros días, esta concepción se replantea y la formación pedagógica se hace cada vez más necesaria para estimular la adopción de estrategias pedagógicas innovadoras que permitan realizar las mediaciones necesarias para que el conocimiento científico se convierta en conocimiento enseñado y aprendido.”

La docencia como desempeño, no puede ser definida exclusivamente, sólo a partir de lo que acontece en las aulas, ya que en todos los casos la práctica está sustentada por principios teóricos de gran carga simbólica y anclada en tramas institucionales complejas.

En el artículo, “La formación del docente universitario”, (Souto 2006) menciona los cuatro niveles de teorización presentados por G. Ferry, esos niveles son:

1° Nivel es el empírico, el del práctico que realiza la acción de enseñar sin tomar distancia respecto a esa acción, sin abrir más interrogantes ni reflexión que la acción misma.

2° Nivel técnico, requiere de una distancia frente a ella y de una interrogación acerca del cómo enseñar, cómo mejorar la práctica. Implica la búsqueda de medios más eficaces para la acción

3° Nivel praxeológico: amplía la distancia y plantea la búsqueda del sentido de la práctica que se transforma en praxis en sentido pleno, donde la práctica se transforma y se cuestiona a la luz de aportes teóricos diversos que la enriquecen y permiten su análisis desde perspectivas diversas.

4° Nivel científico: se separa de la acción. Busca la producción de conocimientos acerca de la enseñanza, a través de la investigación.

Las nuevas demandas educativas ya no pueden ser satisfechas si se estimula exclusivamente la especialización científica, ya que la función docente es altamente compleja, dados los cambios producidos en el contexto, en los procesos de enseñar y de aprender y en el perfil de los ingresantes.

Requiere no solamente el conocimiento científico específico del área donde se trabaja, sino además un encuadre integral sociocultural, psicológico e institucional, que no se puede lograr solamente con el dominio de la disciplina que se va a enseñar.

En consecuencia, la profesionalización docente es una tarea compleja que según (Sanchez 2005), “constituye un campo de producción de bienes simbólicos” y que la existencia de posiciones dominantes y dominadas en relación a prestigio y poder es la consecuencia de un proceso de estructuración histórica, no exento de pugnas y confrontación de fuerzas, para dirimir los límites del campo profesional. La determinación de quiénes son considerados profesionales y quienes no, corresponde a un proceso de delimitación – exclusión a través del cual se va constituyendo el campo profesional (Lucarelli 1996).

Desempeñarse como docente, trae aparejado otros problemas, dado que el título de base cubre o le alcanza para resolver problemas académicos. Pero estar al frente de alumnos implica además del conocimiento específico, nada más ni nada menos, que la transposición didáctica de los mismos, el organizar actividades que faciliten la comprensión, fijación y transferencia de los mismos en contextos diferentes, la coordinación de grupos, el aprovechamiento de aportes de distintas fuentes; la vinculación entre teoría y práctica y la evaluación, no solamente de los resultados sino del proceso de aprendizaje. Y esta compleja trama de funciones requiere una formación diferente y específica, que complemente a la formación disciplinaria.

Resultados.

Para concluir este proyecto de investigación se elaboró un instrumento de evaluación que permite identificar y determinar las variables que desde la perspectiva de los mismos docentes ayudan a lograr la eficiencia en la práctica docente del profesor recién incorporado a las instituciones de educación superior. El instrumento se estructuró considerando siete variables rescatadas a partir del marco teórico las cuales se centran en el perfil profesional, la antigüedad, la capacitación docente y actualización profesional, la experiencia profesional, la forma en que se contratan, así como la evaluación por parte de los alumnos y la conformación de los programas académicos. Para aplicar este instrumento se consideró una muestra de 30 profesores, basado en la teoría de la estimación muestral; obteniendo las siguientes consideraciones se consideró en su gran mayoría a profesores de por lo menos 5 años de experiencia docente, de los cuales el 55 % cuentan con Maestría, el 10% con doctorado y el 35% con Licenciatura. Lo cual garantiza la objetividad de los resultados.

Se observó que el 47% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que el Perfil Profesional es importante para lograr la eficiencia docente, el 8% está indeciso y solo el 3% está totalmente en desacuerdo.

Por lo que respecta a la antigüedad el 31% de los encuestados no están seguros de que impacte en la eficiencia docente y solo el 5% está totalmente de acuerdo, y el 28% está en desacuerdo.

La capacitación docente y la actualización profesional es importante para un ejercicio docente eficiente según el 40% de los encuestados, el 17 está indeciso, mientras solo el que el 4% está en desacuerdo.

El 24% de los encuestados no está de acuerdo en que la experiencia profesional garantice la eficiencia docente, sin embargo el 45% está de acuerdo en lo general, el 14% se encuentra indeciso y el 3% en total desacuerdo.

La forma en que se contrata al personal docente influye en la eficiencia docente según el 31% de los encuestados, el 12% está en desacuerdo y el 18% manifiesta indecisión.

Según el 52% de los encuestados conocer la opinión de los alumnos sobre su desempeño docente favorece la eficiencia docente.

Por último la adecuada estructura de los contenidos programáticos de las materias que se imparte motivan a la eficiencia docente según la opinión del 65%.

En resumen la eficiencia docente no depende totalmente del personal académico, definitivamente las instituciones de educación superior deben contribuir de forma activa ofreciendo programas de

capacitación adecuados y logren el interés del personal, así como realizar un eficiente proceso de selección de personal a fin de lograr su eficiencia. Por parte del docente reflexionar en el momento de asumir la responsabilidad de impartir una materia cuando se cuenta con el perfil profesional adecuado, actualizar sus conocimientos profesionales y capacitarse en docencia.

Conclusiones

Este proyecto permitió observar que la actividad docente es verdaderamente extensa, muy interesante pero muy compleja ya que es evidente la existencia de posiciones dominantes y dominadas en relación al prestigio y poder es la consecuencia de un proceso de estructuración histórica. La determinación de la eficiencia o ineficiencia docente corresponde a un proceso de delimitación - exclusión a través del cual se va construyendo el campo profesional.

Todo modelo de evaluación docente, como ya se mencionó anteriormente, debe proporcionar una retroalimentación inmediata al profesor, que le permita replantear sus actividades y/o su comportamiento y a la institución, sustentar los procesos de desarrollo de sus dependencias. Las variables y los indicadores que sean definidos en la evaluación del personal académico deben surgir de los elementos que intervienen en el proceso educativo, para producir el desarrollo institucional esperado.

La evaluación de la actividad docente es una actividad que actualmente preocupa a todas las instituciones educativas independientemente del nivel formativo que éstas atiendan. La mayoría de los mecanismos e instrumentos para la evaluación docente se derivan de las investigaciones sobre el papel del maestro en el proceso de enseñanza aprendizaje que, a partir de distintas vertientes y enfoques, han tratado de explicar la influencia del docente en el aprendizaje de los estudiantes.

Referencias Bibliográficas

Antón, Gil. *Los Rasgos de la diversidad. Un estudio sobre los académicos mexicanos.* . Atzacapotzalco, México: UNISON, PIIES, 1994.

Arias, F. *Administración de Recursos Humanos.* México: Editorial Trillas, 2001.

Borrero, Alfonso. "Simposio Permanente sobre la Universidad." *Administración Universitaria.* Colombia, 2002. 21.

Dessler, G. *Adminisitración de Personal.* México: Prentice Hall, 1994.

Drucker, Peter F. *Dirección de Instituciones sin fin de lucro.* El ateneo, Argentina, 1992.

Ferry, G. *El trayecto de la formación.* México: Paidós, 1990.

García, Jose, and Ramos Manuel. *Una aproximación empírica al estudio del constructo: competencias docentes del profesor universitario.* . Madrid: Universidad Complutense, 1988.

Lucarelli, elisa. "La carrera docente en las universidades nacionales. Un caso de profesionalizacion docente." *Cuadernos de Investigación* (Filosofía y letras), 1996: 13-18.

Quintás, J. *Economía y Educación*. Madrid: Piramide, 1983.

Sanchez, J. *Estrategias para fomentar una cultura de calidad en instituciones de educación superior caso de la CUCEA de la U. de G.* México: Editorial U. de G., 2005.

Souto, Marta. "La formacio del Docente Universitario." *Pedagogía Universitaria*, 2006: 50-62.

LA PLANEACIÓN COMO ESTRATEGIA EN LA EFICIENCIA DE LOS PROCESOS DE EVALUACIÓN DOCENTE

Mario Chávez Zamora mariochavezamora@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
Ma. Hilda Rodales Trujillo hildaumich@gmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Ana Nélida Rodales Trujillo llyrox@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen

La evaluación educativa se considera un pilar de las políticas actuales de la educación superior, ya que forma parte de los procesos de planeación impulsados por los programas de los organismos del gobierno federal vinculados al sector educativo. En el caso de las universidades públicas la evaluación se ha implementado de forma generalizada desde la década de los noventa hasta nuestros días, a partir, de las políticas promovidas por organismos oficiales como la Secretaría de Educación Pública y la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES). En el presente trabajo se analizan las metas y objetivos que persigue cada organismo evaluador y la congruencia con los criterios ponderados por cada uno, así como las estrategias y políticas utilizadas para el logro de sus objetivos.

También se hace una reseña sobre el Sistema Educativo Mexicano el cual contempla un Sistema Nacional de Evaluación y Acreditación, integrado por nueve organismos evaluadores, que realizan prácticas de evaluación a los diferentes sectores de las Instituciones de Educación Superior; por lo que respecta a la evaluación de la función docente se cuenta con diversos instrumentos para medir su quehacer académico, provocando la distracción de su labor docente, en el interminable llenado de formatos para comprobar su producción académica.

Palabras clave: Planeación, evaluación docente, acreditación.

Abstract.

Educational evaluation is considered a mainstay of current policies of higher education as part of the planning process driven by the programs of federal government agencies related to education sector. In the case of public universities, the evaluation has been implemented widely since the early nineties until today, based on the policies promoted by official bodies like the Ministry of Education and the National Association of Universities and Institutions Higher Education (ANUIES). This paper examines the goals and objectives pursued by each evaluator and matching body with weighted criteria for each, and the strategies and policies used to achieve their goals.

It also provides an overview of the Mexican educational system which provides for a National Assessment and Accreditation, consisting of nine assessment bodies, which perform assessment practices for different sectors Institutions of Higher Education regarding the evaluation the teaching profession is has several instruments to measure their academic work, causing the distraction of his teaching, filling in endless forms to verify their academic output.

Key words: Planning, teaching assessment, accreditation

Introducción.

Entre las dificultades para la evaluación docente más mencionadas en la literatura consultada se encuentran: La falta de coordinación de los involucrados (organismos evaluadores, instituciones de educación superior y personal docente); Se aplican patrones de comparación (criterios) indiscriminadamente, sin vigilar el contexto donde se ubica la institución, su historia o la naturaleza del mismo; Se considera que una cifra aislada derivada de un criterio indicador es suficiente para producir un juicio completo. En el presente trabajo se hará un análisis de los criterios que utilizan los diferentes organismos evaluadores, haciendo hincapié en la importancia de la planeación de la evaluación docente, tratando de responder a las siguientes preguntas que surgieron de la revisión bibliográfica, motivo de esta investigación.

- ¿Qué criterios se evalúan en la función docente?
- ¿Qué metodología existe para la evaluación docente?
- ¿Cuáles son los procesos que debe incluir la planeación del programa de evaluación docente?
- ¿Cómo se puede lograr la estructura de un modelo de evaluación docente?

Planeación.

Una de las principales responsabilidades de los administradores es decidir el punto al cual debe llegar la organización en el futuro y la manera de llegar a él. La mayoría de las organizaciones se enfrentan a una incertidumbre creciente (Daft & Marcic, 2006).

Para (Barajas, 1994) la planeación consiste en establecer anticipadamente los objetivos, políticas, reglas, procedimientos, programas, presupuestos y estrategias de un organismo social. Planear implica proyectar en forma consciente la acción futura, por tanto, es un proceso intelectual que requiere tiempo, atención y dedicación suficiente para establecer los resultados que se esperan y la forma en que se pretende lograrlos.

Las metas y los planes se han convertido en conceptos generales en nuestra sociedad. Una **meta** es un estado futuro deseado que la organización trata de alcanzar. Las metas son importantes porque las organizaciones existen para el logro de un cierto propósito y las metas definen y ponen de manifiesto ese propósito. Un **plan** es un proyecto para el logro de las metas y especifica la asignación de recursos que habrán de utilizarse, los programas, las tareas y otras acciones necesarias. Las metas especifican los fines futuros; los planes especifican los medios del momento actual. La palabra planeación generalmente incorpora ambas ideas; significa determinar las metas de la organización y definir los medios para lograrlas (Daft & Marcic, 2006).

El proceso de planeación empieza con una declaración formal de la misión de la empresa. En esta declaración se define el propósito básico de la organización, especialmente para el personal externo. La declaración de la misión es la base para el nivel estratégico (compañía) de metas y de planes, lo cual a la vez da forma al nivel táctico (divisional) y al nivel operacional (departamental), en la ilustración 1, se muestran los niveles de las metas y de los planes en una organización.

Ilustración 1. Niveles de las Metas y de los Planes en una Organización



Fuente Daft y Marcic (2006).

Para Muczyk y Reimann (1989), Citados por (Daft & Marcic, 2006), la administración por objetivos es un método a través del cual los administradores y los empleados definen las metas para cada departamento, proyecto y persona, y las utilizan para vigilar su desempeño. Para que la administración por objetivos sea exitosa, deben ocurrir cuatro actividades principales:

1. **Fijación de metas.** Éste es el paso más difícil de la administración por objetivos. La fijación de metas involucra a los empleados a todos los niveles y mira más allá de las actividades cotidianas para responder a la pregunta “¿qué es lo que tratamos de lograr?”. Una buena meta debería ser concreta y realista, proporcionar un blanco específico y una estructura de tiempo, así como asignar responsabilidades.
2. **Desarrollo de planes de acción.** Un plan de acción define el curso de una acción necesaria para lograr las metas fijadas. Los planes de acción se hacen tanto para los individuos como para las organizaciones.
3. **Revisión del progreso.** Una revisión periódica del progreso alcanzado es importante para asegurarse de que los planes de las acciones funcionen. Estas verificaciones les permiten a los empleados y a los administradores ver si están dentro de sus metas o si se requiere de una acción correctiva.
4. **Evaluación del desempeño general.** El paso final de la administración por objetivos es evaluar cuidadosamente si las metas anuales se han logrado tanto para los individuos como para los departamentos.

Los pasos de la planeación en forma secuencial utiliza un enfoque racional para el cumplimiento de los objetivos (ilustración 2).

Ilustración 2. Jerarquía de los Planes



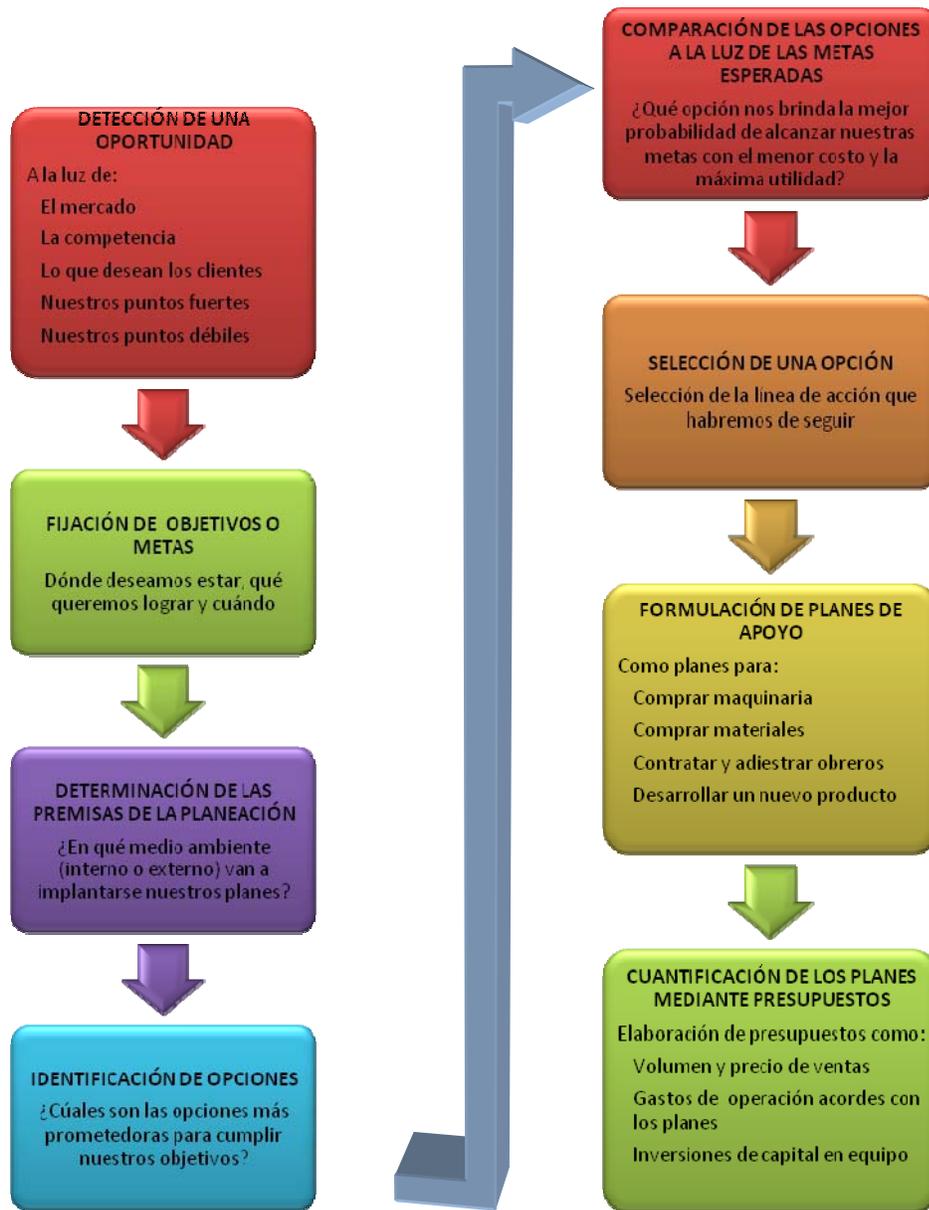
Fuente Koontz (1989).

Además, un administrador debe planear para saber el tipo de relaciones de organización y de cualidades personales que se necesitan, la dirección sobre la cual se debe encaminar a los subordinados y el tipo de control que habrá de implementarse.

Pasos para la planeación:

(Koontz, 1989) Señala que los pasos de la planeación (ilustración 3) que presenta se refieren a programas de importancia, todo administrador deberá seguir esencialmente esos mismos pasos si desea realizar una planeación a conciencia. Puesto que, por lo general, los planes menores son más simples, algunos de los pasos podrán llevarse a cabo con más facilidad.

Ilustración 3. Pasos de la Planeación.



Fuente Koontz (1989).

Administración de recursos humanos

(Bohlander & Snell, 2005) Utilizamos muchas palabras para describir lo importante que son las personas para las organizaciones. El término *recursos humanos* implica que las personas tienen capacidades que impulsan el desarrollo de la organización, junto con otros recursos como el dinero, los materiales y la información. Otros términos como *capital humano* y *activos intelectuales* tienen en común la idea de que las personas marcan la diferencia en la forma en que se desempeña una organización. Las organizaciones exitosas son proclives a reunir diferentes tipos de personas para lograr un propósito común. Esta es la esencia de la *administración de recursos humanos*, la cual se

entiende como el proceso de administrar el talento humano para lograr los objetivos de una organización.

El desempeño de cada persona requiere *evaluación*. Esta actividad no sólo permite estimar la forma en que cada persona cumple con sus responsabilidades, sino que indica también si las actividades de recursos humanos se efectúan de manera adecuada. Un desempeño deficiente puede indicar que la selección, la capacitación o las actividades de desarrollo deben revisarse, o que tal vez existan problemas en el campo de las relaciones del personal con la organización.

La evaluación en Instituciones de Educación Superior.

México, desde los años setentas del siglo XX, se había planteado la necesidad de realizar ejercicios de evaluación en las universidades y algunas de ellas habían realizado autoestudios; también en la década siguiente, en el seno de la ANUIES, se había manifestado la voluntad política de las instituciones de adoptar una política de evaluación institucional, pero en ningún caso se había dado continuidad a los procesos iniciados, y menos aún se había logrado impulsar una evaluación de las universidades en un proceso concertado a nivel nacional.

Como se podrá apreciar, en la *ilustración 4* las mayores iniciativas de evaluación se pusieron en marcha en los años noventa, en el contexto de la política de modernización, aunque también se fueron ajustando, cambio de nombre o añadiéndose otras a lo largo del tiempo y hasta fecha reciente. En conjunto, son los principales elementos del sistema de evaluación de la educación superior, aunque no constituyen plenamente un sistema ni tampoco han logrado los resultados que se proponían.

Por lo que respecta a las instituciones particulares de educación superior, fue la FIMPES la organización que tomó la iniciativa de establecer un sistema de acreditación de instituciones. En 1992 esta asociación estableció el “Sistema para el Ingreso y Permanencia en la FIMPES, a través del Fortalecimiento y Desarrollo Institucional”. A partir de entonces se ha ido revisando este sistema de acreditación, que ha sido reconocido por la SEP para el ámbito de las instituciones particulares, con efectos en la simplificación de la regulación oficial de aquellas instituciones que se encuentren acreditadas (FIMPES, 2003).

Ilustración 4. Escalas de la Evaluación a Instituciones de Educación Superior en México.



Fuente: elaboración propia, basada en los antecedentes de la evaluación en IES.

Actualmente, la evaluación cada vez se va haciendo más compleja y sofisticada. Hoy, con sus dificultades y sus críticas, es parte de la operación regular del sistema educativo, de las instituciones y de la vida cotidiana de profesores y alumnos.

La llamada evaluación estratégica se ha superpuesto a la evaluación rutinaria y ha montado un complicado dispositivo de mecanismos, programas y equilibrios en las dos décadas que lleva en operación.

Las opciones se dividen sobre los resultados que ha producido. En uno de los extremos se destacan sus bondades, como el hecho de que puso freno al deterioro de la educación, a la ausencia de rendición de cuentas del sistema educativo y al nuevo tipo de relación con el Estado; aunque también se indica que si no ha producido todo lo que cabría esperar de ellas es porque ha sido cooptada por los destinatarios.

En el otro extremo se hace notar la supervisión que ha provocado la asociación de recursos financieros al desempeño, la gran simulación que ha provocado en todo el sistema educativo, la vulnerabilidad de la autonomía de los recintos educativos y la ausencia de mejora de la calidad de la educación. Probablemente, como casi siempre ocurre, habrá parte de razón en uno y en otro extremo. Sin embargo, lo cierto es que, tras dos décadas de experimentación con la evaluación, persiste la idea de instaurar un auténtico sistema nacional de evaluación y la mejora de la educación no es evidente.

La evaluación docente.

La evaluación de la docencia no es, como muchas veces se piensa, ni una simple metodología ni la sola descripción y comparación entre indicadores. Implica una filosofía, una postura epistemológica y una teoría, así como un método, técnicas e instrumentos (Laredo, 2000), citado por García, et al (2004).

Para Bernal (2009) la evaluación es la base del crecimiento profesional y es necesaria para promover el cambio y la innovación.

En el caso de México la evaluación ha sido definida como un proceso (continuo, integral y participativo) que permite identificar una determinada circunstancia educativa, analizarla y explicarla mediante información relevante. Un resultado normal de ese proceso es que permita generar juicios de valor que sustenten la toma de decisiones. Con la evaluación se busca el mejoramiento de la institución, programa o individuo evaluado, constituyéndose en la base para la acción del mejoramiento correspondiente. (ANUIES, 2004).

Por otro lado la orientación al desarrollo, vinculada a la evaluación formativa en donde lo que interesa es el proceso considerando la participación de los sujetos involucrados, en la que la esencia es la retroalimentación como una forma que permita señalar los aspectos que se puedan mejorar, pero no se detiene ahí, también considera parte del proceso al guiar en las alternativas de cómo lograr dicha mejora (Loredo, 2004).

El escepticismo acerca de las evaluaciones proviene también del mal uso (Seldin 2003), citado por (Loredo, 2004), subraya que los abusos de uso son frecuentes. Entre los malos usos: Las alteraciones hechas a los cuestionarios, las decisiones administrativas importantes como la promoción, la permanencia o los aumentos salariales, el establecimiento de rangos entre profesores, etcétera.

Cualquier Institución de Educación Superior (IES) debe someterse al cumplimiento de las normas oficiales relativas a los procesos de regulación y de evaluación, ejerciendo al mismo tiempo su margen de libertad y su potencialidad para desarrollar las acciones de autorregulación y de autoevaluación que mejor correspondan a su realidad y a sus opiniones y necesidades específicas. En este sentido, Rodríguez (2004), recomienda que cada IES cree sus propios indicadores e instrumentos, y sugiere los siguientes principios y criterios:

- **Globalidad.** El principio de globalidad remite a la coherencia de conjunto del sistema de evaluación y también al ámbito institucional.
- **Continuidad.** Los procesos de evaluación, no obstante marcados por ritmos definidos y articulados entre sí, son continuos y permanentes, no fragmentados, y puntuales.
- **Compromiso con la formación.** Dado que su objeto es la educación y sus instituciones, la evaluación debe ser formativa y cuestionar la formación.
- **Carácter público.** Este principio tiene aquí dos sentidos principales. En primer lugar, se refiere al carácter social y participativo de la evaluación en función del interés público. De esto se desprende el segundo aspecto: los resultados de la evaluación, organizados en informes y expedientes, se divulgarán periódica y continuamente a las instancias implicadas y la población en general, en las formas adecuadas y respetando los criterios éticos.

De los principios anteriores se derivan algunas características de la evaluación tales como:

- **Participación.** Inclusión de todos los agentes y de todos los segmentos de la comunidad interna y miembros de la comunidad externa, según criterios socialmente definidos.
- **Integración.** La regulación y la evaluación, los procesos, las instancias y las dimensiones, conservando su identidad específica, se integran en un sistema de ideas y acciones.
- **Rigor.** Los procesos las acciones y los actos que se desprenden de la evaluación deben ser rigurosos, desde el punto de vista de los criterios técnicos, y sobretodo éticos, es decir desde la perspectiva de la justicia social, en relación con los efectos que producen.
- **Eficiencia formativa.** Por la información que produce y por los procesos socializados que construye la evaluación debe ser eficaz para la formación de sus propios participantes o sujetos, lo cual potencialmente constituye toda la comunidad institucional-educativa.
- **Efectividad social.** La evaluación debe producir efectos positivos para el avance del conocimiento y la profundización de una sociedad desarrollada a partir de solidas bases técnicas y científicas y principios ético-políticos de solidaridad y justicia social.
- **Flexibilidad.** Tomando en cuenta el reconocimiento de la diversidad, el respeto a la alteridad, a la autonomía y a la identidad de las instituciones, así como el carácter dinámico, social y participativo de la evaluación, sus procedimientos e instrumentos deben preservar márgenes adecuados de flexibilidad y adaptabilidad.
- **Institucionalidad.** Los procesos de evaluación tienen como foco entra la institución, en todas las dimensiones y especificidades, y se realizan institucionalmente, esto es, en y por las instancias oficiales y según los ethos, habitus y prácticas de la democracia interna de las IES, respetando las orientaciones generales y nacionales.

En México la evaluación se está imponiendo progresivamente, de manera particular en los ámbitos institucionales. Cada vez cobra más fuerza la tendencia que nos induce a evaluar a las personas, las acciones, los programas los centros o los sistemas, para determinar e instrumentar medidas que mejoran lo evaluado. En este sentido para García, et al (2004), evaluar implica una noción de sistema que comprende diferentes propósitos, procedimientos juicios de valor y acciones futuras.

Existe una diferencia entre dos tipos de evaluación docente, por un lado, la dirigida hacia propósitos de control y seguimiento administrativo, y por otro, la relación los procesos de formación, de desarrollo de los docentes (García, et al 2004).

Para abundar un poco más, podemos decir que en la literatura especializada sobre evaluación docente se centran dos versiones que pueden considerarse opuestas: una orientada al control y la otra al perfeccionamiento (García, et al 2004), en la primera se asocia fácilmente a la evaluación sumativa, en la cual se considera relevante la cantidad de logros y productos y su finalidad se define mediante la conservación de estándares de calidad por medio de criterios de eficiencia, costo-beneficio y cuantificación.

En contraste la evaluación orientada al perfeccionamiento se preocupa ante todo por el desarrollo individual de la persona por su crecimiento profesional, habida cuenta de que dicho crecimiento habrá de traducirse, tarde o temprano en una mejora de los servicios que ofrece la institución y por ende, en una legítima mejora institucional. Se la reconoce como una evaluación formativa que identifica aspectos que se pueden mejorar y guía las decisiones de cómo hacerlo. (García, y otros, 2004).

De acuerdo con la revisión anterior se puede conceptualizar a la evaluación como un proceso temporal que permite identificar eficiencia y eficacia del desempeño docente. Además, a través de la evaluación se obtiene un diagnóstico de necesidades, se infieren juicios, se establecen valoraciones y se toman decisiones para mejorar la práctica docente.

Organismos evaluadores.

Algunos de los avances en materia de planeación, evaluación y coordinación de la educación superior que pueden identificarse en los años recientes son la progresiva incorporación de la metodología de la planeación estratégica en la gestión interna de las Instituciones de Educación Superior (IES); el trabajo de los comités interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES), que han contribuido a un mejor conocimiento de la situación de los programas académicos de las instituciones de educación superior; los procesos de acreditación de programas académicos y dependencias recién incorporadas a cargo de asociaciones no gubernamentales especializadas; la existencia de los exámenes nacionales de ingreso y egreso de la educación superior que aplica el Centro Nacional de Evaluaciones para la Educación Superior (CENEVAL); la reactivación de las Comisiones Estatales para la Planeación de la Educación Superior (COPAES) en las entidades federativas y los acuerdos interinstitucionales para la orientación del ingreso a educación media superior y superior a nivel local, entre otros. (ANUIES, 2004).

La Tabla 4 muestra a manera de ilustración los avances observados en materia de evaluación y acreditación en los años recientes.

Los CIEES realizan evaluaciones diagnóstica externa de programas académicos y de funciones, sin fines de acreditación tiene como propósito formular recomendaciones para el mejoramiento de la calidad, en sus veinte años de funcionamiento han realizado 2362 evaluaciones a programas académicos, la mayoría de ellos importados por las universidades públicas. El trabajo que realizan las CIEES constituye hoy un aspecto fundamental para la modernización de la educación universitaria y sus dictámenes de evaluación aportan elementos valiosos que permiten a las IES reorientar sus actividades y llevar a cabo las reformas institucionales necesarias.

En años recientes se han venido constituyendo diversos consejos de acreditación de programas académicos, con distintos niveles de consolidación como el Consejo de Acreditación para la Enseñanza de la Ingeniería (CACEI); El consejo Nacional de Acreditación para la Enseñanza de la Medicina Veterinaria y Zootecnia, (CONEVET) ; el Consejo Mexicano de Ciencias Sociales ; el consejo Nacional de la Educación Odontológica (CONAEDO); el Consejo de Acreditación de la Contaduría y la Administración (CACECA); La Asociación de Instituciones de Enseñanza de la Arquitectura de la Republica Mexicana, (ASINEA), por citar algunos.

Tabla 4: Ámbitos de evaluación, acreditación y certificación de la educación superior 1999

ÁMBITOS	EVALUACIÓN	ACREDITACIÓN	CERTIFICACIÓN	
ALUMNOS	INGRESO	<ul style="list-style-type: none"> Exámenes de ingreso diseñados por las IES. CENEVAL (EXANI I, II Y III) COLLEGE BOARD Examen Nac. De Aspirantes a Residencia Medicas Examen de ingreso a la Educación Media Superior (COMIPEMS) Examen de Ingreso al Nivel Superior en el estado de Aguascalientes 		
	TRAYECTO	<ul style="list-style-type: none"> IES (a cargo del personal académico) IES (exámenes departamentales) 		
	EGRESO	<ul style="list-style-type: none"> IES Examen de Egreso (ITESM) CENEVAL (EGCP/EGEL) 		<ul style="list-style-type: none"> IES (otorgamiento del título o grado) CENEVAL (Certificación social: EGCP/EGEL)
TÉCNICO SUPERIORES Y PROFESIONISTAS			<ul style="list-style-type: none"> SEP (Certificación legal) Gobierno de los estados (Certificación Legal) Colegios de Profesionistas (Certificación Gremial) COMPI CONOCER 	
PERSONAL ACADÉMICO	<ul style="list-style-type: none"> Programas de ingreso de las IES (exámenes de oposición) Programas de promoción y permanencia de las IES (Carrera docente, programas de estímulos, mecanismos de promoción). 		<ul style="list-style-type: none"> Sistema Nacional de Investigadores (certificación social) Sistema Nacional de Creadores (certificación social). 	
PROGRAMAS ACADÉMICOS	<ul style="list-style-type: none"> IES (Unidades de planeación de las IES/otros) CIEES COSNET FOMES PROMEP CONACYT 	<ul style="list-style-type: none"> CONACYT (padrón de posgrados) Consejos de Acreditación COMPI Asociaciones de Escuelas y facultades SEP (RVOE a particulares) Gobiernos de los estados Universidades Públicas (incorporación a particulares) 		
INSTITUCIONES	<ul style="list-style-type: none"> IES (Unidades de planeación de las IES) Autoevaluación impulsada por la CONAIEVA 	<ul style="list-style-type: none"> FIMEPES (acreditación social a las IES Afiliadas) ANUIES (Acreditacion social a las IES afiliadas) SACS 		

Fuente: Elaborado por la Secretaria Académica de la ANUIES, 1999.

Pese a los avances en la coordinación interinstitucional, la educación superior en México aún no conforma un sistema que opere como tal. Su composición es compleja, complicada y atomizada, dificultando una gestión de conjunto y sin que se articulen las políticas para los distintos subsistemas. Existe poca articulación entre los organismos con funciones de coordinación de la educación superior como son: CONPES, SEP, CONACyT, ANUIES, FIMPES, etc. Estos organismos no reúnen al conjunto de los actores, con la principal ausencia de representantes de la sociedad y del sector productivo y una insuficiente participación de los académicos. (ANUIES, 2004).

Conclusiones.

Los procesos de evaluación y sus resultados han ido articulando a la toma de decisiones aunque todavía tienen poco arraigo en las comunidades académicas. La evaluación de los académicos en las instituciones y en otros organismos como el Sistema Nacional de Investigadores (SIN) ha tenido distorsiones al privilegiar la producción individual sobre el trabajo colectivo. Tal como ha reconocido la ANUIES en estos dos últimos años, se carece de una articulación eficiente entre los distintos procesos de evaluación, acreditación y certificación que operan en la última década.

En base al Sistema Nacional de Evaluación y Acreditación en México, se realizó un análisis comparativo entre los diversos organismos evaluadores que lo integran, además de considerar los programas internos de evaluación en las dependencias de educación superior, conformándose la tabla 2, la cual servirá de base para definir variables que pueden ser analizadas en futuras investigaciones, tomando como referencia la incidencia de los criterios de evaluación considerados por la mayor parte de los organismos evaluadores.

Tabla 5. Cuadro comparativo de factores de evolución docente por programa u organismo evaluador.

FACTORES DE EVALUACIÓN										
PROGRAMA /ORGANISMO EVALUADOR	INVESTIGACIÓN /PRODUCCIÓN	TUTORÍA	PARTICIPACIÓN EN CUERPOS COLEGIADOS	EXPERIENCIA DOCENTE	PRODUCCIÓN/O LABOR ACADÉMICA	DIRECCIÓN EN LA FORMACIÓN DE R.H.	FORMACIÓN Y ACTUALIZACIÓN ACADÉMICA	PREMIOS O DISTINCIONES	GESTIÓN ACADÉMICA-VINCULACIÓN	EXPERIENCIA PROFESIONAL
PROGRAMA PARA EL MEJORAMIENTO DEL PROFESORADO	☺	☺		☺	☺	☺	☺	☺	☺	
PROGRAMA DE INGRESO A LAS IES (EXAMEN DE OPOSICION)	☺	☺	☺	☺	☺		☺	☺	☺	☺
PROMOCIÓN DEL PERSONAL ACADEMICO	☺			☺			☺			
PROGRAMA DE ESTIMULOS DESEMPEÑO DOCENTE	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	
CUERPOS ACADÉMICOS	☺	☺		☺	☺	☺	☺	☺	☺	
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	☺				☺	☺		☺	☺	

CERTIFICACIÓN DOCENTE POR ANFECA	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
SISTEMA NACIONAL DE INVESTIGACIÓN	☺			☺	☺	☺				
SUMATORIA	8	5	3	7	7	6	6	6	6	2

Fuente: Elaboración Propia.

Referencias Bibliográficas.

- ANUIES, Consejo Nacional de la. (2004). *La Educación Superior en el Siglo XXI*. México, D.F.: ANUIES.
- Barajas, J. (1994). *Curso Introductorio a la administración*. México: Trillas.
- Bernal, M. C. (2009). ¿Como hacer escuelas de negocios? *Noti-ANFECA* (98), 45-52.
- Bohlander, G., & Snell, S. (2005). *Administracion de recursos humanos*. México: Cengege Learning editores, S.A.
- Daft, R., & Marcic, D. (2006). *Introducción a la Administración*. México: Thomson.
- Garcia, B., Javier, L., Edna, L., Carmen, P., Rafael, R., Rigo, M., y otros. (2004). Algunas Consideraciones sobre los aspectos teoricos involucrados en la evaluacion de la docencia. En M. Rueda, D. Fida, & A. Barriga, *La evaluación de la docencia en la universidad, Perspectivas desde la investigacion y la intervencion profesional* (págs. 13-61). México, D.F.: UNAM.
- Koontz, H. (1989). *Elementos de Administración*. México: Mc. Graw Hill.
- Loredo, J. (2004). Principios orientadores para valorar la practica docente. Un enfoque holistico. En Rueda, M. *¿Es posible evaluar la docencia en la universidad? Experiencias en México, Canadá, Francia, España y Brasil* (págs. 47-62). México, D.F.: ANUIES.
- Rodriguez, C. (2004). La Evaluacion de la docencia universitaria en españa, Perspectivas del futuro. En M. Rueda, *¿Es posible evaluar la docencia en la universidad?, Experiencias en México, Canadá, Francia, España y Brasil* (págs. 123-142). México, D. F.: ANUIES.

EL PERFIL HUMANISTA DEL LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, EN RESPUESTA A LA REALIDAD CAMBIANTE. EL CASO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARMEN (UNACAR).

Cecilia Margarita Calvo Contreras ccalvo@delfin.unacar.mx Universidad Autónoma del Carmen.

Ernestina Yazmín Pérez Rodríguez eperez@pampano.unacar.mx Universidad Autónoma del Carmen.

Antonia Margarita Carrillo Marín acarrillo@pampano.unacar.mx Universidad Autónoma del Carmen.

Resumen:

Los negocios globales se enfrentan a retos muy particulares en esta segunda década del siglo XXI. Desafíos económicos, tecnológicos, competitividad en mercados globales, etc. La educación en nuestros días y la del futuro requieren, en los procesos formativos, los conocimientos, las competencias y las herramientas que permitan a los estudiantes y egresados responder, de manera creativa y con capacidad proactiva, a los retos profesionales, académicos y sociales, con una sólida formación humanista que sean capaces de impulsar acciones que mejoren la calidad de vida de los sectores más vulnerables.

No existe una definición única acerca de lo que es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), sino que se trata de un concepto en permanente evolución y desarrollo. El objetivo principal de la responsabilidad social empresarial es el intento de reconciliar el fomento de la competitividad de las empresas con el aumento de la cohesión social y de la solidaridad y el respeto al medio ambiente. Cada empresa en cada país tendrá una manera diferente de hacer su responsabilidad social. Es urgente revisar las demandas del entorno social de manera permanente, estamos ante una realidad económica–social–política–productiva extremadamente cambiante, a tal grado que los escenarios internacionales, nacionales y regionales pueden dar giros inesperados y bruscamente impredecibles. Los resultados de esta investigación se enfocan al programa educativo de la Licenciatura en Administración de Empresas y la formación socialmente responsable plasmada en el Plan de Estudios de esa carrera.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Experiencia de Aprendizaje, Universidad, Plan de Estudios.

Abstract

Global businesses face very particular challenges in this second decade of the century. Economic challenges, technological, competitive global markets, and so on. Education today and the future require, in the learning processes, knowledge, skills and tools that allow students and graduates respond creatively and proactively accommodate to the challenges professionals, academics and social with a solid liberal education to be able to promote actions that improve the quality of life of the most vulnerable.

There is no single definition of what is Social Responsibility (CSR), but this is an evolving concept and development. The main objective of CSR is the attempt to reconcile the promotion of competitiveness of companies with increasing social cohesion and solidarity and respect for the environment. Each company in each country will have a different way of doing their social responsibility. It demands urgent review of the social environment on an ongoing basis, we face an

economic-social-political-changing extremely productive, to the extent that the international arena, national and regional authorities can take unpredictable twists and sharply. The results of this research focus to the educational program of the Bachelor of Business Administration and socially responsible education embodied in the curriculum of the race.

Key words: Corporate Social Responsibility, Learning Experience, University, study plans.

Introducción.

La Universidad tiene una función social, que influye y transforma su entorno, es decir, es un auténtico factor de transformación social, y por lo tanto, ayudará a construir una sociedad con unas determinadas características. El trabajo mismo de la Universidad va más allá de sus funciones tradicionales de docencia, investigación, gestión y tutoría.

Las universidades tienen como misión la generación y difusión de conocimientos para de esa manera poder cumplir la función social que se les ha encomendado. En atención a ello se requiere que las instituciones de educación superior (IES) inicien los procesos de cambio institucional para estar en sintonía con los cambios originados en este nuevo siglo.

El mundo del trabajo ha cambiado significativamente en los últimos diez años esto puede provocar más de una sorpresa en los propios profesionales pues tienen mayores desafíos ante los empleadores y, más aún, sorpresa en los educadores.

Las carreras del futuro serán humanistas y ambientales. El mundo competitivo actual requiere de modelos de gestión, enfoques de desarrollo de habilidades, perfiles de interés, evidencias de experiencias concretas de la revolución de los recursos humanos en la actual sociedad diversa y notablemente cambiante.

En este trabajo se presentan los esfuerzos realizados por la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas de la Universidad Autónoma del Carmen, por formar egresados del programa educativo de la Licenciatura en Administración de Empresas, con un perfil humanista que respondan al reto de integrar los intereses y necesidades sociales, así como los conocimientos, las competencias y las herramientas requeridas y la ampliación de oportunidades en el entorno para desenvolverse de manera socialmente responsable ante los desafíos de la realidad cambiante del actual mundo globalizado.

Marco Teórico.

La responsabilidad social empresarial o corporativa (RSE o RSC) ha despertado en los últimos años un enorme interés por parte del sector empresarial, las escuelas de negocio, los inversores e incluso algunos gobiernos. Desde finales de los noventa han ido apareciendo en el panorama internacional diferentes iniciativas, códigos, normas encaminados a promover un comportamiento de las empresas más ético, sostenible y respetuoso con la sociedad y el medioambiente. La mayoría de estas recomendaciones, de carácter voluntario, pretenden animar al desarrollo de políticas y estrategias empresariales que incorporen estos criterios argumentando su necesidad desde diferentes puntos de vista: morales, económicos y sociales. La responsabilidad de la empresa con la sociedad se entendía tradicionalmente simplemente como filantropía. Sin embargo la RSE va más allá del altruismo, no es filantropía pura, tampoco filantropía interesada, ya que ambas no son sostenibles en el tiempo.

La Responsabilidad Social Empresarial es un conjunto de prácticas de la organización que forman parte de su estrategia corporativa y que tienen como fin evitar daños y/o producir beneficios para

todas las partes interesadas en la actividad de la empresa (clientes, empleados, accionistas, comunidad, entorno, etc.) siguiendo fines racionales y que deben redondear en un beneficio tanto para la organización como para la sociedad. A partir de la década de los 50, nuevos mecanismos tributarios incentivaron los aportes caritativos de gran beneficio para las empresas.

Las primeras manifestaciones de responsabilidad social empresarial se remontan a las décadas de los años 50 y 60. Anterior a estas fechas lo que estuvo vigente entorno a la acción social fue la caridad del empresario, entendido como individuo y no como empresa. Pero es con Howard Bowen (1953) en su libro “Social Responsibilities of the Businessman” que se da inicio a la llamada época moderna de la literatura sobre la RSE (Carroll, 1979, pág., 497), quien define además a la RSE como: “la obligación de los hombres de negocios para sacar adelante y delinear aquellas políticas, realizar *aquellas tomas de decisiones o seguir aquellas líneas de acción, las cuales serán deseables en términos de objetivos y valores de nuestra sociedad*”. Para McGuire (1963) supone que la corporación también tiene responsabilidades hacia la sociedad, las cuales se extienden más allá de las obligaciones económicas y legales. . A partir de los años 60, destacados empresarios (Thomas Watson de IBM, David Rockefeller del Chase Manhattan y otros) plantearon -por primera vez- la idea de una responsabilidad social de las empresas. Ya en la década de los 70, este fenómeno adquirió mayor connotación como respuesta a una serie de demandas provenientes de distintos sectores de la economía mundial. En los noventa la RSE comenzó a ser vista como una necesidad de diferentes grupos sociales que pedían cambios en las empresas americanas (Boatright, 1993), en la actualidad las nuevas definiciones han disminuido enfocándose ahora en temas como la ética en los negocios, el medio ambiente, los grupos de interés y el desarrollo sostenible.

El concepto de RSE.

No existe una definición única acerca de lo que es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), sino que se trata de un concepto en permanente evolución y desarrollo. Sin embargos todos, o al menos la mayoría de ellas, coinciden en los conceptos que manejan para describirla. Tal como destacan Schwartz y Carroll (2008), estos se encuentran ligados como parte de un nuevo concepto de empresa y sociedad que ha emergido en los últimos años.

Friedman (1970) sostiene que la responsabilidad de la empresa se circunscribe exclusivamente a generar utilidades para sus inversionistas, es decir, su responsabilidad radicaba en producir bienes y servicios; si se producían beneficios sociales no eran voluntarios, sino externalidades propias de la actividad empresarial (González, 2004). Por otro lado, existe la creencia de que las empresas son para hacer dinero, y las organizaciones, asociaciones o fundaciones comunitarias, para gastárselo al servicio de la Sociedad. Sin embargo, ante los retos de crear a la vez valor social y valor económico fueron ya adoptados ambos sectores (Austin, et al, 2006).

El objetivo principal de la responsabilidad social empresarial es el intento de reconciliar el fomento de la competitividad de las empresas con el aumento de la cohesión social y de la solidaridad y el respeto al medio ambiente. Cada empresa en cada país tendrá una manera diferente de hacer su responsabilidad social. Los mismos balances sociales no se pueden aplicar en Estados Unidos y en México, son condiciones diferentes. Tenemos historias diferentes en cada país y es muy particular en cada contexto (Gómez, 2004).

Actualmente se considera parte de una buena gerencia y buen negocio, cuidar las relaciones con la comunidad y con todos los grupos de interés (Stakeholders) relacionados con la organización: empleados, consumidores, proveedores, accionistas, gobierno y medio ambiente. Así, tanto una

empresa como fundaciones y organizaciones bien administradas se caracterizan no solo por generar valor económico, sino también por buscar el bienestar de todo su entorno.

El concepto ha evolucionado, aunque la definición de Khoury et al (1999) es de las más completas, pues considera que “La RSC es la relación general de la empresa con todos su grupos de interés. Estos incluyen los clientes, empleados, comunidades, propietarios/inversionistas, gobiernos, proveedores y competidores. Elementos de la responsabilidad social incluyen la inversión en extensión a la comunidad, relaciones con los empleados, la creación y mantenimiento del empleo, cuidado del medio ambiente y el desempeño financiero” (Carroll, 1999, p.6).

Pierre Huppets (2004) opina que “RSE no significa lo mismo para todo el mundo. La RSE es un trabajo a medida, varía según el sector económico y la empresa y, así mismo, está ligada a un contexto determinado. Los Problemas y prioridades, sociales y ecológicos, varían según el país y la región”.

Vogel (2005) considera que existen múltiples razones por las que las empresas pueden elegir el conducirse de manera responsable ante la ausencia de requerimientos legales, y dadas las características de las grandes corporaciones. Considera que el mercado juega un papel importante y es el elemento central para que tengan lugar acciones responsables por parte de la empresa. Para que las corporaciones puedan utilizar la RSE para realzar el contexto competitivo, alinear sus metas sociales y económicas mejorar las perspectivas a largo plazo del negocio es necesario que la RSE se incorpore a las estrategias del negocio, creando con ello un área de oportunidad a favor del fortalecimiento de su imagen ante la sociedad, (Hoyt, 2003; Austin, 2003; Porter y Kramer, 2003).

Algunas otras definiciones de RSE son:

La RSC es el continuo compromiso de los negocios para conducirse éticamente y contribuir al desarrollo económico mientras mejoran la calidad de vida de sus empleados y familias, así como de la comunidad local y sociedad en general (Holme y Watts, WBCSD 2000).

El Banco Mundial define a la RSE como “*El compromiso de las empresas para comportarse éticamente y para contribuir al desarrollo económico sustentable trabajando con todos los stakeholders relevantes para mejorar sus vidas en maneras que sean buenas para la empresa, la agenda del desarrollo sustentable y la sociedad en general*” (Martínez,2001).

Integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. Ser socialmente responsable no solamente significa cumplir plenamente las obligaciones jurídicas aplicables, sino también ir más allá e invertir más en capital humano, en el entorno y en las relaciones con las partes interesadas. (Libro Verde, 2001).

Responsabilidad Social es la forma de conducir los negocios de una empresa de tal modo que esta se convierta en co-responsable por el desenvolvimiento social. Una empresa socialmente responsable es aquella que posee la capacidad de escuchar los intereses de las diferentes partes (accionistas, empleados, prestadores de servicios, proveedores, consumidores, comunidad, gobierno y medio ambiente) e incorporarlos en el planeamiento de sus actividades, buscando atender las demandas de todos ellos no únicamente de los accionistas o propietarios (Instituto Ethos, 2004).

En 2004, la Organización Internacional de Estandarización (ISO) decidió elaborar la ISO 26000, de carácter voluntario y no certificable, que permitiera integrar y unificar una guía internacional de RS para todo tipo de organizaciones e instituciones, independientemente de su tamaño y ubicación (Veloz y Paz, 2009).

La responsabilidad social empresarial es avalado por distintas organizaciones en México, como Naciones Unidas, con el Pacto Mundial; el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) con su distintivo de Empresa Socialmente Responsable.

Entre los esfuerzos más sobresalientes de México se encuentra el Programa Filantropía Empresarial del Centro Mexicano para la Filantropía, desde 1992. Asociación Civil fundada en Diciembre de 1988 que promueve la cultura filantrópica y de RS en México, buscando fortalecer la participación organizada de la sociedad y junto con la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE) entrega el distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR), resultado de un proceso voluntario de autoevaluación asumido por las compañías que aspiran a obtenerlo o renovarlo. (CEMEFI, 2001).

El distintivo ESR, primero en su tipo en América Latina es un identificador gráfico cuyo fin es promover la responsabilidad social a través del establecimiento y difusión de estándares de actuación de las empresas.

La Responsabilidad Social ante la nueva dinámica de la educación superior y la búsqueda del cambio social y el desarrollo.

En el plano educativo, la responsabilidad social ha sido promovida por la UNESCO a partir de la Declaración Mundial sobre Educación Superior para el Siglo XXI de 1998, y ratificada en 2009, declarando en esta última ocasión que la RS es un compromiso de todos los actores involucrados y especialmente de los gobiernos. La educación Superior como un bien público y una estrategia imperativa para todos los niveles de educación y fundamento de la investigación, la innovación y la creatividad deber ser un tema de responsabilidad y apoyo económico para todos los gobiernos (Unesco, 2009).

De forma más específica, en el ámbito de la educación superior demanda de las instituciones, la responsabilidad social para mejorar la comprensión de materias que presentan múltiples aristas, considerando las categorías sociales, económicas, científicas y culturales, y las habilidades para responder a ellas. Asimismo, indica que la educación superior debería incrementar su mirada interdisciplinario y promover el pensamiento crítico y una ciudadanía activa para contribuir al logro del desarrollo sustentable, la paz, el bienestar y los derechos humanos, incluyendo la equidad de género. También señala que la educación superior no solo debería proveer competencias sólidas al mundo presente y futuro, sino que debe contribuir a la educación de ciudadanos éticos, comprometidos con la construcción de la paz, la defensa de los derechos humanos y los valores de la democracia.

Con lo cual se reivindica el carácter humanista de la Educación Superior, en función del cual ella debe estar orientada a la formación integral de personas, ciudadanos y profesionales, capaces de abordar con responsabilidad ética, social y ambiental los múltiples retos implicados en el desarrollo endógeno y la integración de nuestros países, y participar activa, crítica y constructivamente en la sociedad.

La Universidad tiene que jugar un nuevo rol social y moral más allá de asegurar la formación profesional y la investigación científica. No solo debe interpretar las demandas sociales y del mercado, sino que debe ser un factor importante para promover el cambio social y el desarrollo del entorno. Cada día más, la sociedad demanda de la Universidad, de la academia, mayor participación de los hechos sociales. De ellas surgen los profesionales y académicos que se espera tengan liderazgo en la sociedad. En ellas se deberían formar las personas encargadas de crear las condiciones humanas para que la responsabilidad y talentos del resto de la sociedad se desarrollen y se expresen al

máximo. Las universidades tienen como misión principal la de crear conocimiento y formar científicos, humanistas y profesionales orientados a satisfacer las demandas de desarrollo del país.

La Responsabilidad Social Universitaria.

Los dos principales propósitos de la Universidad son ante todo (1) la formación humana y profesional (propósito académico) y (2) la construcción de nuevos conocimientos (propósito de investigación), sabiendo que estos dos fines se relacionan estrechamente: es a partir de las investigaciones de sus profesores que la Universidad construye los contenidos académicos que se transmiten a los estudiantes para su formación.

Por lo cual era obvio que las Universidades no podían quedarse alejadas sobre la responsabilidad social, que ya muchas empresas han desarrollado durante los últimos años, no sólo porque ellas también son organizaciones, sino porque además les toca formar a futuros profesionales que laboraran en las empresas, a los futuros ciudadanos que tendrán que promover democráticamente los derechos humanos y a los futuros funcionarios que tendrán a su cargo el bien común en nuestro mundo globalizado. Es por eso que hoy en día, cada vez más Universidades quieren promover y practicar la responsabilidad social universitaria (RSU) (Vallaey, 2010).

La RSU se define como “la habilidad y efectividad de la universidad para responder a las necesidades de transformación de la sociedad donde está inmersa, mediante el ejercicio de sus funciones sustantivas: docencia, investigación, extensión y gestión interna. Estas funciones deben estar animadas por la búsqueda de la promoción de la justicia, la solidaridad y la equidad social, mediante la construcción de respuestas exitosas para atender los retos que implica promover el desarrollo humano sustentable” (Ugalde, 2009, p18).

Es un desafío para las universidades, ya que la definición orienta que además de formar buenos profesionales, los centros educativos deben formar personas sensibles a los problemas de los demás, comprometidas con el desarrollo y los sectores más necesitados, con un alto nivel de compromiso con la comunidad.

La universidad sin ser una empresa, es una organización que funciona en su sociedad y genera impactos tanto sobre las personas que laboran en ella (administrativos, docentes, estudiantes) como sobre su entorno social y natural. A partir de una visión integral de la organización, una gestión socialmente responsable cuida los impactos que la universidad tiene sobre el medio ambiente, el medio social y los recursos humanos, tratando de minimizar los daños posibles y maximizar todos los impactos positivos, en provecho tanto de su sociedad como de la educación que brinda a sus estudiantes, siendo esta última su razón de ser.

La Universidad Autónoma del Carmen y los nuevos perfiles profesionales ante una realidad cambiante.

Las instituciones de educación superior de nuestro país se están enfrentando a una de las necesidades de reforma, actualización, mejora y adecuación más importantes, para responder a las exigencias de los mercados económicos y laborales. Estos mercados nos están demandando universitarios no solo con una amplia preparación académica, sino por un conjunto de capacidades, habilidades y actitudes complementarias.

La imprevisible dinámica que ha adquirido el mercado de trabajo está condenando a la rápida obsolescencia de los perfiles profesionales basados en reglas y en el dominio de conocimientos de

tipo enciclopédico, incluso desde antes que el profesional en ciernes termine su carrera. Lo cual está urgiendo llevar a cabo cambios en los currículos de los programas educativos y en los métodos de trabajo de los profesores.

En este sentido las Universidades están convocadas a jugar un papel importante en el proceso, debido al creciente interés por incorporar la RSE en las mallas curriculares, como parte de la formación de los futuros profesionales, sustentadas en las tendencias que giran el entorno y a la nueva dinámica de la educación superior. La *“universidad responsable socialmente va formando el pensamiento, los afectos, la espiritualidad y la voluntad de acción hacia un mundo en el que prevalezca la dignidad y las oportunidades para todos, que no es lo que hoy tenemos en América Latina, ni en el mundo globalizado”* (Ugalde, 2009).

El reto de la educación es integrar los intereses y necesidades sociales en términos de conocimientos y desarrollo de habilidades humanas con los intereses, capacidades y particularidades de quien aprende. Hacerlo efectivo no es nada sencillo, pues se requiere de un modelo educativo que considere entre otros aspectos, dos en particular: en primer lugar, una estructura curricular flexible orientada a la formación integral de los alumno; y por otro lado, una estructura orgánico-académica soportada en la organización departamental y en el trabajo colegiado y participativo de los profesores, quienes organizados en academias deben promover el estudio, la generación y aplicación del conocimiento como medio para alcanzar la permanente actualización de los programas educativos y de ellos mismos (Salazar, 2006).

Un curriculum flexible provee ventajas a todos los agentes implicados en su diseño, administración y uso directo, es decir, a los profesores, administradores académicos y estudiantes, además posibilita una mejor profesionalización de los perfiles ya que permite incorporarles los nuevos requerimientos que le urgen a la sociedad.

Método

Esta investigación es de tipo descriptiva, se basa en las experiencias que se han presentado en el desarrollo e implementación del curso de Responsabilidad Social Empresarial en el programa educativo de la Licenciatura en Administración de Empresas. En este se ve reflejado el esfuerzo constante de la Universidad Autónoma del Carmen en responder al reto de integrar los intereses y necesidades sociales en sus estudiantes y egresados, así como los conocimientos, las competencias y las herramientas requeridas y la ampliación de oportunidades en el entorno para desenvolverse de manera socialmente responsable ante los desafíos de la realidad cambiante del actual mundo globalizado.

Resultados.

La Facultad de Ciencias Económicas Administrativas (FCEA) ha implementado cinco programas educativos a nivel Licenciatura: Administración de Empresas (LAE), Administración Turística (LAT), Contaduría (LC), Mercadotecnia (LM) y en Negocios Internacionales (NI), de los cuales cuatro (excepto Administración Turística, de reciente creación) se encuentran certificados en el nivel 1 de los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES).

Los resultados de esta investigación se enfocan al programa educativo de la Licenciatura en Administración de Empresas, uno de los programas fundadores de esta Facultad junto con el de Contaduría (anteriormente Contaduría Pública). Uno de los Compromisos de la FCEA es la de formar administradores de empresas que colaboren tanto con las empresas como con los gobiernos, pero sobre todo que sirvan a la sociedad, con un elevado sentido ético, social, ecológico, creativo e

histórico. La nueva proyección para el Licenciado en Administración de Empresas lo dirige a satisfacer las demandas de las organizaciones en el contexto interno de la sociedad Mexicana y el ambiente mundial. El Modelo Educativo Acalán, de esta Universidad, está centrado en el aprendizaje significativo en el cual el profesor se convierte en un organizador de experiencias de aprendizaje, en todos los cursos de sus programas educativos. Entendiendo por experiencia de aprendizaje *toda actividad intencional diseñada para provocar aprendizaje significativo y demostrable en el alumno, entendiendo con esto que el alumno es el elemento central en este proceso* (Good, 1973). Para cumplir con ese objetivo todos los cursos y talleres de sus programas educativos se han organizado en tres niveles: básico, Profesionalizante, y terminal (Salazar, 2006). En el nivel básico encontramos a los cursos a través de los cuales “se pretende que el estudiante obtenga bases sólidas durante el desarrollo de su carrera y vida profesional, reafirme su vocación, alcance las disposiciones deseables y desarrolle con éxito las responsabilidades establecidas en su perfil de egreso” (Ídem). A su vez el nivel básico está conformado por tres bloques: los cursos sellos, los cursos de tronco común de cada DES y finalmente los cursos básicos de cada una de las disciplinas.

El programa educativo (PE) de LAE, está enfocado a una participación más clara de los alumnos en el contexto empresarial para que mediante el desarrollo de experiencias de aprendizaje fortalezcan las competencias profesionales, en especial, formar administradores socialmente responsables. Motivados por ese compromiso de formación el año 2007 marca la pauta para que la FCEA incluya en el mapa curricular de LAE el curso terminal optativo de Responsabilidad Social Empresarial. Este curso se origina como parte de un proyecto de asistencia técnica realizado por la Unacar, a través de la Coordinación de Vinculación Universitaria, para Pemex Exploración y Producción de la Región Marina Noreste de Pemex Exploración y Producción con la Unidad de Administración de Asuntos Externos y Comunicación. En él, se abordaron temas ligados a la responsabilidad social de la empresa paraestatal generándose la pauta para la creación del curso, el cual debe inscribirse, tal como fue señalado anteriormente, dentro de los cursos susceptibles de aportar a los futuros egresados una formación acorde a los principios de la responsabilidad social. Para lograrlo el mapa curricular de LAE, contempla un perfil humanista compuesto por los cursos de: Ética en las Empresas, Comportamiento Humano Organizacional, Alta Dirección, Desarrollo Organizacional y Responsabilidad Social Empresarial, distribuidos durante el desarrollo de la carrera de la forma siguiente:

Cursos Básicos:

Sello	Desarrollo Sustentable
Tronco común:	Ética en las Empresas

Cursos Profesionalizante:

Comportamiento Humano Organizacional
Alta Dirección
Desarrollo Organizacional

Curso Terminal:

Responsabilidad Social Empresarial

Este programa educativo considera como cursos básicos el de Desarrollo Sustentable (sello, es decir para todas las carreras de la Unacar) y el de Ética en las Empresas (de tronco común, para todas las carreras de la Facultad). Este curso ha generado huella en la comunidad, pues durante el desarrollo del mismo se han logrado realizar acciones que aportan beneficios sobre su entorno social y cultural, tal es el caso del proyecto “Granitos de arena”, el cual es realizado por los alumnos y profesores del curso para beneficio de diversos sectores de la comunidad, por ejemplo: Visitando comunidades suburbanas en las cuales los estudiantes realizan obras de apoyo como limpieza y habilitación de

escuelas, colectas entre la comunidad para adquirir enseres y ropa para los niños desprotegidos del refugio San Pedro Pescador, Un día con los abuelitos, en el cual visitan la casa del adulto mayor para llevarles además de comida y utensilios, compañía para los ancianitos. Posteriormente, sigue cultivando el perfil humanístico con el curso de Comportamiento Humano Organizacional, Alta Dirección, Desarrollo Organizacional (cursos Profesionalizante) y concluyendo con el curso terminal optativo de RSE, mismo que mediante el diseño y desarrollo de las experiencias de aprendizaje que lo conforman, ha generado precisamente aprendizaje entre los estudiantes, pues se han llevado a cabo proyectos que permiten difundir el concepto RSE entre la misma facultad y la comunidad empresarial. Tal es el caso de las “Jornadas de Responsabilidad Social Empresarial”, que se realizan semestralmente, de donde han surgido proyectos tales como: “Dile no al unicef”, para la FCEA, donde se concientizó a la población universitaria sobre el peligro del uso de este material altamente contaminante; “Difundi-RSE” campaña de difusión del concepto de RSE para MiPYMES, en coordinación con la Cámara de Comercio local.

De ahí que ciertas asignaturas a lo largo del *pensum* de una carrera juegan un papel singular: actúan como integradores del conocimiento, de los fundamentos científicos y tecnológicos, de los saberes enseñados y aprendidos en otras asignaturas, y de la práctica, en otras palabras, de los *saber hacer, comunicar y relacionarse con otros*. Ante una realidad cambiante, la necesidad de formar personas que sean participantes de esa realidad y no solo espectadores o ejecutores. Esto representa el desafío de cómo desarrollar en los alumnos las habilidades (más mentales, de diseño) y las destrezas (más manuales – operativas) que el mundo laboral exige (Carrillo y Jiménez, 2008).

Conclusiones.

En el siglo XXI el currículo universitario debe orientarse a la formación de un profesional desde una formación más humanista, con liderazgo, emprendedor, con sensibilidad humana, capaz de impulsar acciones que mejoren la calidad de vida de los sectores más vulnerables. La “*universidad responsable socialmente va formando el pensamiento, los afectos, la espiritualidad y la voluntad de acción hacia un mundo en el que prevalezca la dignidad y las oportunidades para todos, que no es lo que hoy tenemos en América Latina, ni en el mundo globalizado*” (Ugalde, 2009).

La Facultad de Ciencias Económicas Administrativas tiene el compromiso de formar humanísticamente a sus estudiantes y para lograrlo considera que haber integrado desde 2007, el curso de RSE, es el último eslabón que cumple ese ciclo de formación.

Este año, a nivel posgrado se está ofertando a la comunidad un Diplomado en RSE, como parte de la educación continua, en el cual están involucrados activamente los alumnos del PE de LAE e inclusive egresados cuya tesis de licenciatura o maestría han versado sobre la RSE, así mismo ha ocurrido un hito en la historia de la Facultad, a la fecha se han generado tres tesis de licenciatura, sobre la temática de la RSE, y dos están en proceso. Considerando que en el año de 2009 solamente se generó una sola tesis y fue precisamente sobre el tema de la RSE, lo cual demuestra el interés que ha despertado entre los estudiantes de la Licenciatura en Administración de Empresas, además de reconocer el sobresaliente trabajo de las académicas especializadas en el tema de la RSE y a quienes se debe, en parte, ese afán de investigación de la responsabilidad social empresarial.

Analizando estos cuatro años de experiencia sobre la temática de la RSE en el programa educativo de LAE, el saldo es positivo pero insuficiente. Se pretende que el curso de RSE forme parte del currículo terminal de nuestros egresados, es decir, que sea un curso a impartirse para todas las carreras de esta Facultad, Y el siguiente paso sería convertir este curso optativo, en institucional, es decir, en un curso sello para todas las carreras de la Unacar, puesto que la formación ética y socialmente responsable no

puede ser entendida como un “complemento deseable” a la formación profesional, sino como un eje de las competencias especializadas de todo egresado universitario.

Referencias Bibliográficas:

Libros:

- Boatright, J. R. (1993). *Ética y la conducta de los negocios*. Englewood Cliffs, N. J.; Prentice Hall.
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. Harper & Row. New York.
- Carrillo, A. M. y Jiménez, J. (2009). *La adecuación de los programas educativos a las Necesidades de la sociedad. Los retos de la Universidad Autónoma del Carmen De Cara al siglo XXI*. Memorias del 2do. Congreso Internacional de orientación educativa y vocacional “Prácticas, reflexiones y propuestas en la construcción de los aprendizajes: compromiso con un sistema educativo en transformación”. Libro electrónico.
- Carroll, A. B. (1999). *Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct*. *Business & Society*. 38 (3). 268-295, Chicago, USA: Sage Publications, Inc.
- Good, C. V., (1973). *Dictionary of Education*. USA: McGraw Hill.
- Holme, R. & Watts (2000) *Corporate Social responsibility: making good business sense*.
- Gómez, A. (2006). *Pacto global de las Naciones Unidas*. Área de Desarrollo Sostenible y Salud Ambiental. Ética y responsabilidad social en saneamiento básico: ¿Cuál es el camino hacia los objetivos de desarrollo del milenio?. Washington, d. F., OPS, p47.
- Khoury, G. M. Rostami, J., Turnbull, PL. y Conference Board de Canadá. (1999). *La responsabilidad social corporativa: Convirtiendo las palabras en acción*. Ottawa: Conference Board de Canadá.
- Martínez, C. J. (2001). *El crecimiento económico. La economía de mercado: Virtudes e inconvenientes. Elementos auxiliares de clase*, 50. Málaga, Secretariado de Publicaciones. Universidad de Málaga.
- McGuire, J. (1963). *Business and Society*. New York: McGraw Hill.
- Salazar D., A. (2006). *El Modelo Educativo de la Universidad Autónoma del Carmen, Una experiencia de aprendizaje Institucional*. México: Universidad Autónoma del Carmen Colección Material Didáctico.
- Schwartz, M. S. & Carroll. A. B.(2008). *Integrating and unifying competing and complementary frameworks. The search for a common core in the business and society field*. *Business & Society*. 47. (2), 148-186.
- Vogel, D. (2005). *The Market for Virtue. The potential and limits of Corporate Social Responsibility*. Washington, D. C.: The Brooking Institution Press.

Artículos:

- Austin, J. (2003). *Strategic Alliances. Managing the collaboratio Portfolio*. Stanford Innovation Review. 15, 285-315.
- Carroll, A. B. (1979). *A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance*. *Academy of Management. The Academy of Management Review*, 4 (4), 497.
- Friedman, M. (1970). *The social responsibility of business is to increase its profits*. *New York Time Magazine*, p.32.
- Hoyt, D. (2003). *Corporate Philanthropy at Cisco System. Alighning Business and*

Social Interests. Stanford Social I Review. Summer 2003: 68-73.

Porter, M. y Kramer, M. (2003). *La filantropía empresarial como ventaja competitiva*. Harvard Deusto Business Review. Núm. 112, pp. 7-20.

Fuentes electrónicas:

Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI). (2010). Información general.

http://www.empresa.org/sitio2009/index.php?option=com_content&view=article&id=67&Itemid=70

Comisión Europea. (2001). Libro Verde: Fomentar un Marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas.

González, M., (2004). El porqué de la responsabilidad social corporativa. (UNED Ed.). Madrid: Boletín Económico ICE UNED.

Instituto Ethos Brasil. (2004). *De la responsabilidad social empresarial*.

<http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/arquivo/0-A-59dConceptosBasicoseIndicadoresManual.pdf>

Naciones Unidas (ONU). El Pacto Mundial.

<http://cinu.org.mx/pactomundial/principio10.htm>

Ugalde, L. (2009). *Políticas y Sistemas de evaluación y gestión de la RSU*. AUSJAL.

<http://www.ausjal.org/sitios/rsu/documentos/sintesis.pdf>

UNESCO. (2009). *Declaración Mundial sobre Educación Superior para el Siglo XXI: Visión y Acción*. 1998. Versión ratificada en 2009.

Universidad Autónoma del Carmen (Unacar), (2000). *Plan de Desarrollo Faro U-2010*, México.

Vallaey, F. (2006). *¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria? Manual de Primeros Pasos en Responsabilidad Social Universitaria (RSU)*. BID.

Veloz, E., Paz, M. (2009). *ISO 26000 “La responsabilidad social convertida en norma”*. Disponible en Red Puentes. <http://redpuentes.org/file/ISOHistorietasMexico.pdf>, consultado el 8 de noviembre de 2011.

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). (2000). *Corporate Social Responsibility: making good business sense*. Geneva: WBCSD. Recuperado el 6 de Noviembre de 2011. www.wbcsd.ch

LA CERTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA LABORAL: UNA REVISIÓN DEL CONCEPTO Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Cuauhtémoc Guerrero Dávalos cmgj6819@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

María Luisa Jiménez López mery_jl@yahoo.com.mx Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

Con el surgimiento de la certificación de las “competencias laborales” o “competencia profesional” en el Reino Unido en la década de los 80, los gobiernos de los países más industrializados del planeta adoptaron en sus modelos educativos y laborales la gestión por competencias como un instrumento estratégico dadas las circunstancias de ventaja que éstas ofrecían en el mundo laboral y profesional; y posteriormente se promovieron múltiples criterios para certificar estas competencias en base a estándares arbitrariamente diseñados para evaluar a los trabajadores seleccionados por las organizaciones. Por lo tanto, en este trabajo se profundiza en el significado de *Competencia* o *Competencias*, además de establecer algunas líneas de investigación sobre este tema.

Palabras clave: Competencia, Certificación, Estándares, Recursos humanos, Resultados.

Summary:

With the emergence of certification of the "job skills" or "professional competence" in the United Kingdom in the 80's, the governments of the world's industrialized countries adopted in their educational models and labor competency management as a strategic tool in the circumstances of advantage they offered in the workplace and professional, and subsequently promoted multiple criteria to certify these competencies based on arbitrary standards designed to evaluate the workers selected by the organizations. Therefore, this paper explores the meaning of *competence* or *competencies*, and to establish some lines of research on this topic.

Keywords: Competency, Certification, Standards, Human Resources, Results.

1. Introducción

Este trabajo parte, de que hoy en día no se cuestiona la importancia capital que tiene una efectiva gestión de los Recursos Humanos de la organización para conseguir mejores resultados (Dolan et al. 2003). Por ello, es importante entender, estudiar y desarrollar las técnicas que permitan mejorar en ésta la gestión de las personas. Una de estas técnicas es precisamente la gestión por competencias, que más allá de que las organizaciones la implementen en sus políticas de recursos humanos, como una medida estratégica para garantizar sus ventajas competitivas, existe un sistema burocrático que certifica la evidencia de los componentes de competencia de los individuos en distintas profesiones, y cierto de tipo de actividades laborales, el estudio de la cual se aborda en este trabajo.

De otro lado, en el rubro de los trabajadores, las estructuras tradicionales se podían dar el lujo de que sus empleados realizaran tareas y funciones concretas; incluso al jubilarse, muchos años después, sus puestos de trabajo apenas sufrían cambios. No obstante, con la necesidad provocada por los

vertiginosos cambios tecnológicos el cambio se hizo inminente, y es precisamente por el requerimiento de estructuras de empleo diferentes que la certificación de las competencias laborales, como se les conoce en México, cobra importancia, y como proponen Brunet y Belzunegui (2003) las competencias son consideradas como un activo de las empresas por la conexión que aportan entre la estrategia de la empresa y la gestión de los recursos humanos, porque la competitividad de la empresa puede estar en función de la posesión de éstas. Es decir, la productividad y resultados empresariales están relacionados con el reconocimiento de estas competencias laborales. Más aún, dada la situación de globalización, donde la mayoría de las barreras al acceso a todo tipo de recursos organizativos han cambiado de dirección (acceso a la información, tecnología, capital, etc.), la principal fuente de ventaja competitiva pueden ser las personas que componen la empresa, y por ende, la posesión de sus competencias (Valverde et al. 2001).

Finalmente, en este trabajo se realiza una revisión en profundidad de los términos *Competencia* o *Competencias*, y se esbozan líneas de investigación relacionadas con este tópico, cuestionándose, que la certificación de competencia laboral en México, que si bien es un aspecto importante para consolidar la política de aseguramiento de calidad, puede ser un mero instrumento burocrático que no cubra las expectativas empresariales que hasta ahora le ha atribuido la literatura managerial. Por lo tanto, habrá que utilizar los instrumentos científicos para medir su verdadero impacto en las organizaciones que han iniciado la implementación de esta técnica de recursos humanos. Así, se pondrá en evidencia si en realidad existen diferencias significativas en los resultados empresariales o solo se trata de casos anecdóticos de los supuestos beneficios que conlleva la certificación de competencias laborales en las organizaciones.

1.1. Cuerpos de conocimientos que dieron origen a la visión de competencias

En esta sección mostraremos algunas aportaciones relacionadas con los antecedentes del cuerpo de conocimientos de las *competencias individuales*, de la cual se ha nutrido este enfoque. Sin embargo, reconocemos que la intención no es mostrar un arsenal de estudios a este respecto, sino reflejar aquellos trabajos que puedan ayudar a comprender mejor el origen de esta técnica.

Una de las primeras fuentes de conocimiento de la que se ha nutrido la teoría de competencias, tal como se ha podido observar, se encuentra en la rama de la *psicología* y las *ciencias del comportamiento*. Sobre todo a raíz de las áreas de “Motivación humana”, “Rasgos de personalidad” y la “Auto-imagen”. Concretamente, en orden cronológico podemos ubicar el origen de esta técnica a partir de la elaboración de un esquema conceptual por T. Parsons en 1949 el cual permitió estructurar las situaciones sociales de acuerdo a una serie de variables dicotómicas de las que consiguió valorar a una persona por la obtención de unos resultados concretos contrastando dicha valoración con una serie de cualidades que se le atribuían de forma arbitraria. Dicho de otra manera, los resultados de estas personas se compararon con sus atributos de origen (Capacidades innatas). Aunque todo parece indicar que anteriormente, según HayGroup (1996), ya desde la década de 1930 las empresas más progresistas habían descubierto que sólo había tres clases de factores para evaluar a un individuo como: las capacidades, esfuerzo y la responsabilidad.

Por otro lado, a partir de las investigaciones de Atkinson (1958) se pudo demostrar de una forma estadística la utilidad del dinero, como un incentivo preciso para mejorar la producción cuando los resultados se vinculaban a este estímulo (McClelland, 1976). En el mismo período, Baldwin (1958)

estableció una serie de razones para reconocer el talento potencial en las personas, partiendo de la base de una variedad de comportamientos, que bien eran producto de un proceso cognitivo, es decir, guiado a voluntad del individuo, o un proceso conductual guiado por el feedback del mundo exterior. Por lo que, el factor humano es la base sobre la que se construyen los principales estudios psicológicos relacionados con los comportamientos. En este sentido, podemos contextualizar que el surgimiento de la “*Escuela de las Relaciones Humanas*” representada principalmente por Mayo (1959), precisamente a partir de un estudio de la conducta humana en la empresa Western Electric Company, en su planta Hawthorne; llegó a la conclusión que las organizaciones son sistemas sociales y que el trabajador es, sin duda, el elemento más importante dentro de éstas. Y, posteriormente con la escuela de los recursos humanos, cuya datación en opinión de Puchol (2003) no es tan universalmente aceptada, pero el citado autor nos sugiere que bien podría aceptarse el origen de esta escuela, a partir del año 1960 con la publicación de *The human side of enterprise* de Douglas MacGregor, y que junto con otros como: Abraham Maslow, Frederick Herzberg, Kurt Lewin, Renis Likert y Chris Argyris que construyeron las primeras bases de esta corriente.

McClelland (1973), experto en la motivación humana de la Universidad de Harvard, por su parte pudo plantearse que los individuos que son evaluados en un proceso de selección para ocupar un puesto de trabajo, implicaba que ese desempeño excelente estaba ligado a una serie de características propias de la persona. Es decir, aspectos como: los conocimientos y habilidades, lo mismo que los rasgos, motivación y la auto-imagen, toman la acepción de características competenciales. Esto es, la selección de personas para ocupar un puesto de trabajo bajo este enfoque, no tomará el referente de evaluación por separado en relación a los conocimientos y las habilidades, sino la fusión de estas características para evaluar con menos sesgos a los individuos.

En el campo de la *Pedagogía*, Chomsky (1970) desarrolló sus investigaciones sobre la habilidad universal, heredada y dividida en módulos, para adquirir la lengua materna. Es decir, un sistema limitado de principios lingüísticos natos, reglas abstractas y elementos cognitivos básicos (competencias), combinado con un proceso de aprendizaje específico para que se pueda realizar tal aprendizaje. Esto incluye la habilidad de crear y entender una variedad infinita de enunciados únicos gramaticalmente correctos. De ahí que para este autor la competencia lingüística subyace en el aprendizaje creativo normado por reglas del lenguaje.

Aunque por supuesto, existen otras aportaciones provenientes de la *sociología del trabajo*, las cuales han contribuido en mucho a la construcción social del término competencias, utilizándolo como un sinónimo de cualificación, por asociarlo a los modelos de certificación profesional, tan proclives en países como en el Reino Unido, en el que dicho enfoque es utilizado para reducir el índice de exclusión de los jóvenes del polivalente mercado de trabajo (Guerrero, 1999; Civelli, 1997; Dodd et al. 2002; Béret y Dupray, 1998; Wolf, 1994). Más aún, el enfoque laboral ha fortalecido la visión de las competencias, dado la gran relevancia que ha cobrado en los programas educativos y de formación profesional, al rebasar la frontera de la formación formal o academicista, a considerar en gran medida un ámbito no formalizado de conocimientos, que tienen su origen en las experiencias directas y la propia vida (Schön, 1992; Kilcourse, 1994; Cheetham y Chivers, 2000; Alamillo y Villamar, 2002; Sims, 1991). Finalmente, desde este campo de conocimientos, la *literatura managerial* ha hecho lo suyo al mitificar la gestión por competencias como un instrumento estratégico, del que se puede esperar que tanto las empresas como los empleados, trasciendan a

cualquier tipo de ámbito en el que se movilizan (Rubio, 1999; Merle, 1997; Velde, 1999; Mulcahy, 2000).

De otra parte, con el surgimiento del enfoque de “*Recursos Humanos*”, cuya aparición ha ido paulatinamente desplazando al enfoque de personal, la gestión por competencias es adoptada en la gestión de recursos humanos, no porque la llegada del concepto de competencia haya iniciado un cambio por sí solo, sino por la presencia además de problemas nuevos, provocada por el desarrollo de estructuras de empleo diferentes, y por ello, como afirma Levy-Leboyer (1997) se ha dado más importancia a la noción de competencia. En este sentido, el estudio de la gestión de recursos humanos es otra de las fuentes de conocimiento de la gestión por competencias, ya que en esta modalidad las organizaciones han involucrado el diseño de sus estrategias organizativas a la gestión por competencias como una herramienta para gestionar de manera más eficiente la evaluación del desempeño de sus trabajadores y los procesos de selección. Esto es, la importancia que cobra las competencias en los Recursos Humanos es debido a que considera al elemento humano como factor clave para diseñar la estrategia de la empresa. La noción de competencia en este ámbito es la mejor alternativa para hacer frente al desarrollo de estructuras de empleo diferentes, del que surgen problemas nuevos que requieren ser resueltos de manera más eficiente en el seno de las estrategias organizativas.

2. Diversas conceptualizaciones de competencias

En principio, la estructura conceptual de competencias se ve representada por Boyatzis (1982), autor representativo de la corriente americana de competencias, y pionero en este tópico, quien define a las competencias como: *Características subyacentes que están casualmente relacionadas con la actuación efectiva o superior en un puesto de trabajo*. En la que claramente se observa que el principal significado de esta definición son las características subyacentes inherentes a la persona; es decir, factores determinantes de una conducta capaz e idónea (capacidades innatas). Se puede encontrar en éstas, su operatividad en un medio determinado por la existencia de una correlación positiva entre éstas características y lo que se requiere para desempeñar con éxito determinada actividad. En otras palabras, son propias de la persona y estas se adecuarán o no a un entorno empresarial, profesional, académico; en que se opere o actúe el individuo que posee estas características. Finalmente, esta visión si acepta que las competencias pueden desarrollarse a lo largo de la vida; es decir, que los individuos pueden mejorar si se lo proponen con una ardua capacitación y formación. Sin embargo, siempre será mejor contratar una ardilla para trepar un árbol que enseñar a un pavo hacerlo.

Desde otra perspectiva, la corriente francesa propone una definición que evidencia una acepción más integral y relacional al medio en que los individuos tratan de demostrar sus competencias. Concretamente, para Levy-Leboyer, (1997:40) las Competencias son: *Un conjunto de conductas organizadas, en el seno de una estructura mental, también organizada y relativamente estable y movilizable cuando es preciso*. Definición que amplía diciendo que: *Las competencias son repertorios de comportamientos que algunas personas dominan mejor que otras, lo que las hace eficaces en una situación determinada. Estos comportamientos son observables en la realidad cotidiana del trabajo [...]. Las competencias representan, pues, un trazo de unión entre las características individuales y las cualidades requeridas para llevar a cabo misiones profesionales precisas*. Sin embargo, a diferencia de los postulados de autores como Boyatzis (1982), para Levy-Leboyer, la experiencia que da la práctica y la formación académica en un contexto de competencias

puede contribuir a desarrollar las “competencias individuales”, tomando en cuenta también el contexto o entorno que en que esto se pone en juego. De ahí que se considere a la visión francesa como integral y relacional.

De otro lado, Woodruffe (1993:29), en el contexto de los estándares profesionales, define el término competencia (competency) como: *El conjunto de patrones de comportamiento que una persona necesita para desempeñar un puesto de trabajo de manera que lleve a cabo las funciones y tareas correspondientes con competencia.* La definición de este autor parte de un análisis que realiza a los términos *competency* y *competence*, en el que enfatiza que el primero se refiere a los aspectos requeridos en el puesto de trabajo para que el individuo sea competente, y el segundo tiene que ver con lo relacionado a las habilidades que la persona puede y necesita desarrollar para ser competente. En otras palabras, para Woodruffe es necesario que no exista confusión en lo que los individuos deben ser capaces de hacer, y por otro lado, lo que ellos necesitan hacer o requieren para ser competentes. En este contexto para la “National Council for Vocational Qualifications” la competencia es: *La habilidad de aplicar el conocimiento, comprensión, práctica y destreza mental para lograr una actuación efectiva por los estándares requeridos en el puesto de trabajo. Esto incluye la resolución de problemas, y que el individuo sea suficientemente flexible para adaptarse a los cambios requeridos* (Horton, 2000a:312). Rutherford (1995) fortalece la base conceptual de este modelo al sostener que: *Un sistema basado... en competencias, formaliza los estándares de actuación para asegurar que sean reconocidos y aceptados por la industria o el sector empresarial referido* (Hoffmann, 1999:279).

Finalmente, el “Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales de México”, al igual que otros países en Latinoamérica, ha construido una definición de competencia, a la que denomina *Competencia Laboral*. Así, este organismo entendería que la competencia es *La Capacidad productiva de un individuo que se define y mide en términos de desempeño en un determinado contexto laboral, y refleja los conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes necesarias para la realización de un trabajo efectivo y de calidad.* Definición por excelencia de los sistemas estandarizados de competencia, donde el principal quehacer es el certificar las competencias de los alumnos y de los trabajadores, la cual ha sido adoptada principalmente por los países más industrializados del mundo, como Inglaterra, Australia, Canadá, México, entre otros. En definitiva, desde este enfoque de estándares profesionales, no importa descubrir o predecir el potencial de los individuos evaluados, sino medir los logros alcanzados en las distintas actividades que se someten a evaluación, después de un proceso de formación y capacitación, y dejar constancia documentada de estas habilidades y destrezas. Por lo tanto, en el siguiente apartado se exponen algunos problemas relacionados con la conceptualización de las competencias.

2.1. La Problemática Conceptual del término “Competencias”

Si bien, Woodruffe (*ibidem*) realizó una aproximación conceptual del término *Competency* y *Competence*, así en el primero vincula a los “inputs” del puesto de trabajo para ser competente, y en el segundo establece lo que es necesario desarrollar, para ser competente; por tanto, no debería existir confusión en la interpretación de ambos términos en opinión de este autor. Sin embargo, en la literatura existe una confusión inherente a los conceptos ingleses *Competence* y *Competency* en su interpretación, lo que podría influir incluso en errores de procedimiento, por lo que habría que discutir la confusión de ambos planteamientos teóricos. Así, Stuart y Lindsay (1997) y Winterton y Winterton (1999) por ejemplo establecen que en el contexto norteamericano el concepto utilizado es

Competency; mientras que en el Reino Unido el término *Competence* es el que analiza su realidad. Aunque no aportan cual es diferencia de ambos términos. En este sentido, Navío (2001:34) comenta que: “las competencias (del plural *competency*) son utilizadas cuando se hace referencia a rasgos de conducta y a enumeración de los elementos precisos. En cambio, la *competence* tiene un sentido más global que, en muchas ocasiones, es utilizado en singular”. Además como afirma Short (1984:201): “el concepto *Competency*, sin embargo, no siempre ha sido utilizado como sinónimo del término “*Competence*”, aún y cuando los diccionarios comúnmente le han definido de esa forma”. Es decir, “más específicamente, *Competency* viene a referirse a un atributo específico que puede ser poseído por alguien, probablemente dentro de un conjunto de *Competencies* relacionadas sugiriendo ambos conceptos, tanto una categoría concreta través de la cual una persona puede ser juzgada como adecuada y suficiente, así como la “cualidad” o “estado de ser” que caracteriza a una persona como competente, adecuada, capaz,(...) dentro de una determinada categoría. Por su parte, la palabra *Competence* ha sido normalmente reservada para la segunda de estas connotaciones; cualidad o estado de ser pero sin saber específicamente qué es capaz de hacer la persona. Por lo tanto, la confusión tiene lugar, cuando la acepción de *Competency* es alineada con la primera connotación, la cual se refiere a una categoría concreta, el cual posee un significado más común que el término *Competence* (Short, 1984:201).

También, de acuerdo al citado autor, el término “**Competency** denota ciertas categorías concretas y/o cualidades, mientras que el término **Competence** denota cualidades genéricas que no pueden especificarse”. De ahí que en la terminología española no exista una diferencia, tal y como está establecido en los términos *Competence* y *Competency* en donde ambas pueden ser entendidas en nuestro vocabulario como acepciones de “competencia”.

Prieto (1997:10) por su parte considera el concepto de “competencia” como harto y complejo que se presta a múltiples interpretaciones, matices y malentendidos. Sus acepciones las expone de acuerdo a: La *competencia como autoridad*, la *competencia como capacitación*, la *competencia como competición*, la *competencia como cualificación*, la *competencia como incumbencia*, la *competencia como suficiencia*. Debido a ello, Prieto considera pues “que se trata de un concepto polisémico, tan polivalente como sugerente. En el discurso funciona como un concepto proteico, acomodándose al discernimiento y a los propósitos de la audiencia en un momento dado. Ahí radica su talón de Aquiles. En los programas de entrenamiento y capacitación del personal puede producirse una notable disonancia entre quien expone y quien capta el mensaje transmitido. Quien habla puede estar aludiendo a competencia como cualificación; quien escucha la entiende como incumbencia...” Tal divergencia en los significados de las competencias, presenta dificultades cuando las empresas intentan establecer comparaciones en la base conceptual del término. Es decir, elaborar los marcos de competencias y posteriormente evaluar a los empleados puede complicarse por la falta de una definición globalizadora y de equilibrio. Aunado a esto, el término en la literatura sobre competencias revela una diversidad de componentes y acepciones que van desde, conocimientos/saberes, actitudes, motivos, rasgos, capacidades, hasta experiencia en el contexto profesional (Levy-Leboyer, 1997); y estándares de actuación profesional.

La conceptualización del término “competencia” en la forma que ha sido abordada en la literatura, revela pues la existencia de confusiones considerando algunas razones que incluirían:

- 1) Las diferencias culturales entre los países, es causa de sus diferencias en sus bases teóricas y pedagógicas con las que se construyen los programas de formación y educativos. Esto es, las características de la formación profesional, refleja los requerimientos del mercado laboral.

- 2) Las diferencias el contexto cultural de las empresas en el que éstas enmarcan su estrategia de negocios, se relaciona a los tópicos de cómo se define el término.
- 3) En la dimensión política, se hacen intentos por construir sistemas coherentes de formación, evaluación y certificación que puedan ofrecer salvaguardias a las empresas y trabajadores, basados en estándares de actuación profesional. Sin olvidar que precisamente por una situación política, el Departamento de Estado norteamericano, le encomendó a McClelland (1973), experto en motivación humana, un estudio orientado a mejorar la selección de su personal, debido a la constante preocupación por la problemática en ese rubro existente en aquel país. Sin olvidar, además, que en el contexto europeo, a pesar de los esfuerzos del CEDEFOP⁴⁰, por llegar a través de sus reuniones a un concepto consensuado, se ha evidenciado las distintas perspectivas, lo que ha originado una falta de acuerdo para construir una definición de equilibrio.

Por lo anteriormente expuesto, surgen las siguientes cuestiones:

1.- *¿Cómo conceptualizan a las competencias las empresas que certifican las competencias laborales de sus empleados?*

2.- *¿Qué impacto tienen en las prácticas organizativas la forma de conceptualizar a las competencias?*

3.- *¿En qué medida se encuentra vinculada la forma de conceptualizar a las competencias y la estrategia de la organización?*

3. Surgimiento de la Certificación de Competencias en el Ámbito Profesional

El movimiento de competencias británico, en la década de los 80, emergió en el mismo contexto del modelo norteamericano, por la exportación de conceptos que diseminaron los consultores americanos a empresas de su país situadas en el Reino Unido. No obstante, existe una diferencia en la terminología utilizada por los autores e instituciones de ambos países (Horton, 2000a). Para los autores británicos, por ejemplo, las competencias están expresadas en estándares de actuación profesional que debe ser lograda por los empleados, vinculado así a los *outputs*; esto es, estableciendo que los atributos del trabajador serán equiparables a los estándares previamente establecidos. Los autores americanos, como McClelland (1973), por el contrario, enfatizan más el potencial y el grado de excelencia que poseen los individuos.

Instituciones Británicas como la “National Council for Vocational Qualifications” (NCVQ) es pionera en el mundo, y es de gran relevancia en este país, porque a través de ella se certifica a los trabajadores de acuerdo a estándares de competencia, asegurando así la una cualificación aceptable en las necesidades de fuerza de trabajo de las organizaciones (RVQ, 1986). Todo ello, con la finalidad de evitar la exclusión de las nuevas formas de empleo polivalente, contextualizado en los nuevos requerimientos del mercado.

⁴⁰ Centro Europeo Para el Desarrollo de la Formación Profesional”

De otro lado, los principios de esta visión burocrática de evaluación de competencias Laborales arribaron a México en la década de los 90, previo acuerdo suscrito entre las Secretarías de Educación Pública y del Trabajo y Previsión Social (Salinas, 1997), cuyo objetivo era establecer los lineamientos generales para la definición de normas técnicas de competencia laboral que comprenden los conocimientos, habilidades o destrezas que requiere un individuo para la ejecución de una actividad productiva, así como los procedimientos para su evaluación, acreditación y certificación, como lo establece actualmente “El Consejo de Normalización y Certificación de Competencia Laboral” (CONOCER), cuya creación, al igual que en el Reino Unido, está enfocada a tres objetivos básicamente:

- 1. Promover la generación de normas técnicas de competencia laboral, a través de la organización y apoyo a comités de normalización.**
- 2. Integrar un Sistema Normalizado de Competencia Laboral, que permita orientar la formación y capacitación técnica hacia los requerimientos de calificación de la población y de productividad de las empresas.**
- 3. Desarrollar un Sistema de Evaluación y Certificación de Competencia Laboral, que reconozca los conocimientos y habilidades de los individuos, independientemente de la forma y lugar donde se adquirieron.**

Es a través de su consejo nacional de cualificación (NCVQ) en el Reino Unido que se establecen distintos estándares para jerarquizar el nivel de competencia de los individuos:

1. Los estándares primero y segundo indican las competencias que son requeridas en los puestos de trabajo. Aquí se evalúan principalmente las rutinas y las tareas predecibles, consideradas básicas, llevadas a cabo bajo una supervisión mínima.
2. En el nivel tres (nivel avanzado) se requieren capacidades apropiadas para llevar a cabo las actividades no rutinarias, consideradas apropiadas, y así obtener los “outputs” que son la base de los estándares previamente especificados.
3. En el nivel cuatro de estándares superiores la competencia indica la capacidad en la que los individuos se adaptan al mayor número de roles de trabajo, manteniendo una responsabilidad con los resultados del personal y con otras actividades relacionadas (Tolley, 1987).

En este mismo contexto el departamento de educación australiano (Australian National Training Board) posicionado en este modelo de estándares profesionales ha declarado que: *El cuerpo de conocimientos requeridos para una actuación efectiva en un rango de tareas en un trabajo, motiva la aplicación demostrada de las habilidades, basado a través de este conocimiento para ser selectivamente accedido con el fin de apoyar una actividad con competencia* (Hoffmann, 1999:278). De ahí que autores como Woodruffe opinen que las funciones y tareas en el puesto de trabajo deben de ser llevadas a cabo con competencia.

Derivado de la anterior definición, el significado del término Competencia (competence) y el plural Competencias (competencies), representa para las instituciones de cualificación profesional en el Reino Unido y para algunos autores como: (Horton 2000a; Tolley, 1987; Virtanen, 2000; Kamoche 1997; y Holmes, 1995; entre otros), la indicación del rango de los estándares relacionados con la actuación en el trabajo que se pueden observar y evaluar y por lo tanto entrenar y desarrollar.

De acuerdo con Ellström (1997) la definición de *competencia ocupacional* (estándares) se refiere a:

Una relación entre la capacidad del individuo o de grupos de trabajo y los requerimientos de ciertas situaciones o tareas.

Conocimiento y habilidades intelectuales, pero en forma contraria con definiciones más restringidas, incluyendo factores no cognitivos (p.e., motivación, auto-confianza).

Sin embargo, el modelo basado en estándares ha sido criticado por Cheetham y Chivers (1996) porque se basa en gran parte en hacer evaluaciones sobre el desempeño de tareas y actuaciones efectivas en las áreas de trabajo en gran parte, y estas tienden a ignorar los aspectos personales de conducta que produjeron esas actuaciones efectivas. Por lo tanto, si comparamos el concepto de competencias de la escuela americana y el de la francesa, sólo de los elementos que son parte de la composición competencial subyacente de los individuos, con una visión opuesta, en el modelo de estándares británico estos elementos toman poca importancia para la evaluación en los roles profesionales. Así pues los citados autores creen que en las áreas de gestión de recursos humanos las competencias como la *autoconfianza*, *sensibilidad* y *vitalidad*, serán de gran utilidad para marcar una diferencia entre una actuación efectiva y una actuación superior.

El modelo basado en estándares profesionales británico, desde su constitución burocrática, según han expresado en este apartado, no consideraron a la ética y a los valores como eje central de construcción competencial. Además de que su introducción en los programas básicos de estudio del Reino Unido como afirma Raynolds y Salter (1998) citados por Burchell y Westmoreland (1999), este modelo descuida la importancia del *conocimiento*, *comprensión*, y los *valores* que promueven el éxito de la enseñanza.

Entre las ventajas e inconvenientes que puede tener el sistema de estándares profesionales, Lysaght y Altschuld (2000:100) destacan los siguientes:

Ventajas: <ul style="list-style-type: none">• Toma en cuenta el desarrollo personal.• Existe una generalización de los resultados; además de hacerlo a un costo muy reducido.• Los implicados son conscientes de sus requerimientos.	Limitaciones: <ul style="list-style-type: none">• Carente de objetividad.• Las evaluaciones pueden ser cuestionables.• La competencia es evaluada en forma indirecta.
---	--

No obstante, entre lo que se pueda considerar como inconvenientes e incompatibilidades del sistema de estandarizado, es importante mencionar que el movimiento de competencias británico ha ido más allá de las certificaciones de los recursos humanos en los sectores empresariales, siendo pionero en introducir la gestión por competencias en el sector público y en las estructuras de su sistema educativo. Además, las competencias están expresadas en estándares de actuación profesional que debe ser lograda por los empleados, vinculado así a los *outputs*; esto es, estableciendo que los atributos del trabajador serán equiparables a los estándares previamente establecidos. McClelland y

sus socios, por el contrario, enfatizan más el potencial y el grado de excelencia que poseen los individuos.

Por otro lado, la perspectiva pedagógica del Reino Unido y los Estados Unidos difiere fundamentalmente en la forma en que ambos países asumen sus procesos de aprendizaje. En los Estados Unidos por ejemplo enfatizan en una perspectiva cognitiva de aprendizaje, mientras que en el Reino Unido en cambio se centran más sobre un aprendizaje constructivista. Es decir, el enfoque cognitivo está más remarcado en una medida objetiva en relación al nivel de competencias que poseen los individuos, mientras que el aprendizaje constructivista se enfoca más a la subjetividad y a las dimensiones motivacionales de las competencias. Concretamente, Garavan y McGuire (2001:150) analizan con más detalle las diferencias entre el modelo británico y el norteamericano en el siguiente cuadro 2-1:

Fundamentos	Reino Unido	Estados Unidos
• Finalidad del modelo	Evaluar y certificar empleados.	Desarrollar competencias para mejorar el desempeño.
• Enfoque	Centrado en las características individuales y la acumulación de habilidades.	Enfocado en los atributos y comportamientos individuales.
• Procedimiento para desarrollar el modelo	Normas estandarizadas producidas para las funciones de trabajo y profesiones.	Descripciones de comportamiento producidas para definir estándares de actuación.
• Contexto organizacional	Es más significativa determinada área profesional y los roles específicos del puesto de trabajo, que el contexto organizacional	El contexto define los comportamientos y los rasgos requeridos.
• Conceptualización centrada en el individuo / trabajo	Las características del trabajo son el principal punto de partida.	Se enfatiza más en el individuo que en tareas específicas.
• Métodos utilizados	Utiliza más el multimétodo y cuantitativo.	Es más racionalista y positivista.
• Alcance	Las competencias son específicas para determinadas profesiones y roles de trabajo.	Las competencias son específicas para las organizaciones.
• Unidades de medida	Evidencia documental de actividades profesionales y experiencias que denotan competencia.	La forma de medir es cuantitativa, identifica una correlación entre la posesión de atributos y el desempeño profesional.
• Rol de los asesores	Formalmente evaluados por asesores externos.	Evaluación del desempeño por distintos supervisores y responsables directos.
• Perspectiva en el modelo de enseñanza / aprendizaje	Perspectiva de aprendizaje constructivista.	Perspectiva cognitiva de aprendizaje.

Cuadro 2-1 : Diferencias entre el modelo de competencias británico y el norteamericano. Fuente: Garavan y McGuire (2001:150).

En definitiva, en el contexto del movimiento de competencias británico se puede notar que su modelo de competencias está basado en estándares de certificación profesional, los cuales tienen como objetivo valorar las actuaciones efectivas relacionadas con el conocimiento, habilidades, tareas y los roles en el puesto de trabajo. Pero su establecimiento crea un problema relacionado a la forma de determinar los criterios de evaluación, y a pesar de que se hacen esfuerzos para determinar los niveles de competencia en forma estadística y psicológica, se corre el riesgo de se pierda su racionalidad, ya que en esencia los niveles de criterio de los estándares profesionales son arbitrarios. Más aún, presentan dificultades a causa de la relación entre la realización de una buena práctica profesional y la estandarización, en la que ésta no es del todo directa (Norris, 1991). Precisamente, Norris comenta en relación a los estándares profesionales, que para ser juzgado competente, dependerá del contexto y de la naturaleza de la contingencia en que se desarrolla la acción profesional. Por tanto, se puede decir que los estándares profesionales están más allá de nuestra capacidad, así que lo que realmente se requiere es una base de criterios y principios sólidos de

evaluación profesional que pueda vislumbrar el nivel de competencia de las personas, cuando estas realicen acciones en contextos inciertos y de cambios vertiginosos.

De esta forma se sugieren las siguientes cuestiones:

4.- *¿En qué medida los trabajadores certificados son conscientes de los requerimientos de la norma de competencia?*

5.- *¿En qué medida se cumplen por parte de los trabajadores certificados la norma de competencia?*

6.- *¿Cuáles son las diferencias en la evaluación de desempeño de los trabajadores certificados de los que no lo son?*

4. Antecedentes de las competencias en México

De acuerdo con García (1997) La educación basada en competencia laboral tiene en México su antecedente en los trabajos que han venido desarrollando diversas instituciones, entre las que destacan, los Centros de Capacitación para el Trabajo (CECATI) desde 1989 y el Colegio Nacional de Educación Técnica Profesional (CONALEP), esta institución, en particular, orientó sus esfuerzos en 1992 a cerrar la brecha entre educación y trabajo de una manera más directa. En ese momento flexibilizó su oferta educativa mediante la adopción de un sistema modular y dirigió su educación hacia puestos de trabajo específicos. Más tarde, en 1994, inició los trabajos en un plantel para capacitar a sus educandos a través de normas de competencia laboral, planteamiento que en 1995 se extiende hacia 13 recintos educativos.

En cuanto a la evaluación y certificación de desempeño laboral en México, podemos afirmar que, aunque no de manera sistemática, se ha llevado a cabo durante mucho tiempo al interior de las empresas, aunque considerando los parámetros particulares de la propia empresa y, en algunos casos, para cumplir el mandato de la Ley Federal del Trabajo en relación con la capacitación. Esta tendencia ha sido la predominante, exceptuando los casos de la industria siderúrgica, donde se ha registrado un avance de la certificación basada en los planteamientos de calidad que emanan de las normas internacionales ISO 9000. También es importante mencionar que con respecto a la normalización y certificación de productos y servicios, desde 1986 se comienza a trabajar en México con las normas que emite la Organización Internacional de Normas (ISO). Esto ha servido como guía a los productores mexicanos para que, en primer término, utilicen la Norma Oficial Mexicana, de carácter obligatorio, o la NMX, de carácter voluntario y equivalente a la ISO 9000.

Asimismo, los centros de evaluación que participan con las instituciones certificadoras acreditadas son 167, lo cual significa que la estructura con que cuenta actualmente México para implantar la certificación de la Competencia Laboral es basta dada la perspectiva que se tiene en relación a las ventajas competitivas y misticismo de este tipo de evaluación. Concretamente, Mertens y Wilde (2003) tomando como referente la experiencia de un grupo de ingenios azucareros, ubicados en la República mexicana, aplicaron un modelo de evaluación de Competencia Laboral, en materia de eficiencia y condiciones de trabajo; obteniéndose resultados en el ámbito de la gestión de los recursos humanos, específicamente en la capacitación, seguridad, participación y comunicación. Sin embargo, al parecer en este estudio no se llevó a cabo un registro completo de las mejoras propuestas y aplicadas a los ahorros y/u otros beneficios generados, aunque hay evidencia del conocimiento y

mejoramiento del proceso general de producción de azúcar, así como de asumir mayor compromiso y responsabilidad con los resultados de la zafra, no obstante su dificultad de traducir en indicadores de resultados, si han tenido impactos importantes sobre los mismos, como lo es el caso del ingenio de Bellavista. Concretamente, en el indicador de *tiempo perdido* por el personal hubo una disminución considerable dado que en el período 95-96 el porcentaje en este rubro era del 49%; sin embargo, a partir del período 97-98, período en que se implementó una evaluación de competencias laborales, disminuyó hasta un 08%. Y, precisamente a partir de esta relación, observamos que hay un desconocimiento del comportamiento de otras variables organizacionales que deben analizarse para aportar más datos que clarifiquen los supuestos beneficios que supone la certificación de competencias laborales, tales como las relacionadas con la rentabilidad económica y rendimiento laboral podría ser estudiado en empresas de la República Mexicana, en aras de medir el impacto de estas variables en empresas que certifican las competencias laborales de sus empleados, respecto de las organizaciones que no lo hacen a fin de comparar sus resultados.

4.1. Marco legal

Los sistemas de normalización y certificación de competencia laboral son producto de la convergencia de diferentes esfuerzos. En 1992, la Ley Federal del Trabajo en su artículo 539 ya anticipaba la posibilidad de certificarla capacitación del desempeño laboral. El proyecto sobre Educación Tecnológica y Modernización de la Capacitación que iniciaron la Secretaría del Trabajo y Previsión Social y la Secretaría de Educación Pública en 1993, en el marco del naciente Programa de Modernización Educativa, impulsó esta tendencia; en el mismo año, la Ley General de Educación, en su artículo 45, propuso la creación de un régimen de certificación de habilidades y destrezas laborales independiente de las instituciones de educación formal. Este criterio se concreta en agosto de 1995, con el acuerdo intersecretarial firmado por las dos Secretarías mencionadas y que fija las bases para establecer los sistemas. Finalmente, en el mismo mes y año se crea el Consejo de Normalización y Certificación de Competencia Laboral, que es reafirmado en el Programa de Desarrollo Educativo 1995-2000, en lo relativo a la Educación para Adultos.

El sistema de certificación de competencia laboral pretende, con base en las normas técnicas de competencia laboral que se establezcan, otorgar un certificado de las unidades de competencia que conforman la norma, certificado con validez en los diferentes sectores y que permite al trabajador establecer un plan de capacitación dentro de la misma área de competencia o, según sus intereses, en diferentes áreas y subáreas.

Todo ello permitirá al país contar con recursos humanos calificados que demanda la transformación productiva, la innovación tecnológica y la competencia en los mercados globales.

A partir de este estudio se desprende la siguiente interrogante:

7.- ¿Cuáles son las diferencias en los indicadores de rentabilidad y rendimiento laboral entre las empresas que certifican las competencias laborales respecto de las que no?

5. Conclusiones

El término *Competencia* o *Competencias* son conceptos complejos de definir por ser polisémicos. En ello, deben poner atención las organizaciones que realizan una gestión por competencias, al

utilizar la certificación de los empleados como una herramienta que mejora diversos resultados organizativos. Tomar a la ligera este aspecto puede generar una desvinculación entre los resultados que la organización espera obtener y los resultados reales. Así, nosotros proponemos que *Competencia o Competencias son los recursos, aptitudinales y actitudinales, que las personas movilizan al desempeñar una actividad profesional, laboral; la cual tiene repercusiones en las relaciones con otras personas y consigo mismo en forma armónica.*

Los argumentos expuestos en el presente trabajo muestran algunos cuestionamientos que necesariamente deben ser resueltos. Los estudios realizados sobre certificación de competencias laborales hasta el día de hoy parecen casos anecdóticos más que verdaderas aportaciones que arrojen luz al respecto. El estudio realizado por Mertens y Wilde (2003) es importante, aunque insuficiente para el territorio mexicano por la diversidad de sectores empresariales que lo conforman, y por las reformas educativas que van encaminadas en ese sentido dado que se ignora sus efectos en diversos indicadores que miden los resultados organizativos como la rentabilidad y el rendimiento laboral.

En definitiva, la certificación de las competencias laborales o profesionales deben ser una herramienta estratégica de la que se valgan las empresas para asegurar la calidad en sus diversos procesos, sobre todo en aquellos que se relacionan con la gestión de personas. Al hacerlo, la certificación de competencias deja de ser un instrumento presumiblemente burocrático, subjetivo e irracional; en cambio puede vincularse a los procesos esenciales de las organizaciones como se prescribe en la literatura managerial.

Bibliografía

- Alamillo, M; y Villamor, F. (2002): "Modelo de gestión por competencias". *Aedipe*, No. 21, junio, pp.3-12.
- Atkinson, J. W. (ed) (1958): *Motives in Fantasy, action and society*. Princeton, NJ. Van Nostrand.
- Baldwin, L.A. (1958): "The Role of an Ability: constructing a theory of behavior". En: *Talent and Society*. Princenton, NJ: Van Nostrand: pp.195-233.
- Béret, P. y Dupray, A. (1998): "Valorización salarial de la formación profesional continua y producción de competencias por el sistema educativo: los casos de Francia y Alemania". *Revista Europea de Formación Profesional*, No. 14, pp.40-51.
- Boyatzis, R. (1982): *The Competent Manager*. New York. John Wiley and Sons.
- Brunet, I., y Belzunegui, A. (2003): *Flexibilidad y formación: Una crítica al discurso de las competencias*. Barcelona. Icaria.
- CEDEFOP (1996): "Las competencias profesionales en dos sectores con fuerte incidencia de las tecnologías de la información (TI): Telecomunicaciones, administración y oficinas. Italia, Francia y España". *Centro Europeo para el Desarrollo de la Formación Profesional*. Salónica.
- Burchell, H. y Westmoreland, S. (1999): "Relations between competence-based education and student reflection on practice: a UK case study of initial teacher training". *International Journal of Training and Development*, Vol. 3 No.2 pp. 156-166.
- Cheetham, G. y Chivers, G. (2000): "A new look at competent professional practice". *Journal of European Industrial Training*, Vol. 24, No. 7 pp. 374-383.
- Chomsky, N. (1970): *Aspectos de la teoría de la sintaxis*. Madrid. Aguilar.
- Civelli, F. (1997): "New competences, new organizations in a developing world". *Industrial and Commercial Training*, Vol. 29, No. 7 pp. 226-229.

- Dodd, N.; Brown, F.W. y Benham, H. (2002): "Learning to Manage While Learning About Management: A Transition to a Competency- Based Management Curriculum". *Journal of Education for Business*, March/April, pp. 189-192.
- Dolan, S. L; Valle C.R; Jackson, E.S; Schuler, S. R. (2003): *La gestión de los recursos humanos: preparando profesionales para el siglo XXI*. Madrid. McGraw Hill.
- Ellström, P. (1997): "The many meanings of occupational competence and qualification". *Journal of European Industrial Training*, Vol. 21, No.6/7, pp. 266-273.
- García, J. (1997): "El sistema de certificación de competencia laboral en México"- En: Formación basada en Competencia Laboral: situación actual y perspectivas. Montevideo. Cinterfor. pp. 249-255.
- Garavan, T.N., y McGuire, D. (2001): "Competencies and workplace learning: some reflections on the rhetoric and the reality". *Journal of Workplace Learning*, Vol.13 No. 4, pp.144-163.
- Guerrero, A. (1999): "El enfoque de las competencias profesionales: una solución conflictiva a la relación entre formación y empleo". *Revista Complutense de Educación*, Vol. 10 No. 1, pp. 335-360.
- Hoffmann, T. (1999): "The meaning of competency". *Journal of European Industrial Training*, Vol.23 No, 6 pp.27-285.
- Holmes, L. (1995): "HRM and the irresistible rise of the discourse of competence". *Personnel Review*, Vol.24 No.4, pp.34-49.
- Kamoche, K. (1997): "Competence-creation in the African public sector". *International Journal of Public Sector Management*, Vol. 10, No. 4 pp. 268-278.
- Kilcourse, T. (1994): "Developing Competent Managers". *Journal of European Industrial Training*, Vol. 18, No. 2 pp. 12-16.
- Parsons, T. (1949): *The Motivation of economic activities. In Essays in sociological theory, pure and applied*. Glencoe, III. Free Press.
- Puchol, L. (2003): *Dirección y Gestión de Recursos Humanos*. Madrid. Ediciones Díaz de Santos.
- HayGroup (1996): *Las competencias: clave para una gestión integrada de los recursos humanos*. Bilbao. Ediciones Deusto.
- Horton, S. (2000a): "Introduction –the competency movement: Its origins and impact on the public sector". *The International Journal of Public Sector Management*, Vol. 13, No. 4, pp. 306-318.
- Levy-Leboyer, C. (1997): *Gestión de las competencias*. Barcelona. Gestión 2000.
- Lysaght, R. y Altschuld, J. (2000): "Beyond initial certification: the assessment and maintenance of competency in professions". *Evaluation and Program Planning*, No.23, pp. 95-104
- Mayo, E. (1959): *Problemas humanos de la civilización industrial*. Buenos Aires. Galatea-Nueva Visión.
- Prieto, J.M. (1997): "Prologo". En Lévy-Leboyer: *Gestión de las competencias: cómo analizarlas, cómo evaluarlas, cómo desarrollarlas*. Barcelona. Gestión 2000.
- McClelland, C. D. (1973): "Testing for competence rather than for intelligence". *American psychologist*. January: 1-15.
- McClelland, C.D. (1976): *The Achieving Society*. New York. John Wiley & Sons.
- Merle, V. (1997): "La evolución de los sistemas de validación y certificación: ¿qué modelos son posibles y qué desafíos afronta el país francés?". *Revista Europea de Formación Profesional*, No. 12, pp.39-52.
- Mertens, L. y Wilde, R., (2003): "Aprendizaje Organizacional y Competencia Laboral. La Experiencia de las Naciones Unidas Grupo de azucareros en México ", en Reformas Económicas y Formación. Montevideo: Cinterfor / OIT.
- Mulcahy, D. (2000): "Turning the Contradictions of Competence: competency-based training and beyond". *Journal of Vocational Education and Training*, Vol. 52, No. 2, pp.259-280.

- Navío, G. A. (2001): *Las competencias del formador de formación continua: análisis desde los programas de formación de formadores*, tesis doctoral, Departamento de Pedagogía Aplicada, UAB, Barcelona.
- Norris, N. (1991): "The Trouble with Competence". *Cambridge Journal of Education*, Vol.21, No. 3, pp.331-341.
- Rubio, F. (1999): "Las competencias transversales en los programas de formación ocupacional dirigidos a colectivos en riesgo de exclusión". *Diálogos*, Vol. 18, pp. 61-64.
- RVQ (1986): *Review of Vocational Qualifications: Final Report*. London. HMSO.
- Sims, D. (1991): "The Competence Approach". *Adults Learning*, Vol. 2 No. 5, pp. 142-144.
- Schön, D. (1992): *La formación de profesionales reflexivos*. España. Ediciones Paidós.
- Short, E.C. (1984): "Competence Reexamined". *Educational Theory*, Vol. 34 No. 3, pp. 201-207.
- Stuart, R. y Lindsay, P. (1997): "Beyond the frame of management competen(i)es: towards a contextually embedded framework of managerial competence in organizations". *Journal of European Industrial Training*, Vol. 21, No. 1, pp. 26-33.
- Valverde, A. M; Marín, F. M; y Orduña, P. J.(2001): *Introducció a la Gestió de Recursos Humans*. Barcelona. Edicions de la Universitat Oberta de Catalunya.
- Tolley, G. (1987): "Competence Achievement and Qualifications". *Industrial And Commercial Training*, September/ October, pp. 6-8.
- Velde, C. (1999) "An alternative conception of competence: implications for vocational education". *Journal of Vocational Education and Training*, Vol. 51, No. 3, pp.437-447.
- Virtanen, T. (2000): "Changing competences of public managers: tensions in comitment". *The International Journal of Public Sector Management*, Vol. 13, No. 4, pp. 333-341.
- White, R. (1959): "Motivation Reconsidered: The concept of competence". *Psychological Review*, No. 66, pp. 279-333.
- Winterton, J. Y Winterton, R. (1999): *Developing Managerial Competence*. Reino Unido. Routledge.
- Wolf, A. (1994): "La medición de la competencia: la experiencia del Reino Unido". *Revista Europea de Formación Profesional*, No.1, pp.31-37
- Woodruffe, Ch. (1993): "What is meant by competency". *Leadership and Organization Development Journal*, Vol. 14, No. 1, pp. 29-36.

EL PAPEL DEL PENSAMIENTO COMPLEJO EN LAS ORGANIZACIONES EDUCATIVAS DE NIVEL SUPERIOR: EL SABER HACER

Minerva Carolina Almaral Mendivil caroal44@hotmail.com
Universidad de Quintana Roo

RESUMEN:

Este trabajo tiene como objetivo principal presentar una reflexión en torno a la importancia que tiene hoy día, el desarrollo de programas por competencias en las organizaciones educativas de educación superior. Se centra en la explicación de los principios planteados por Edgar Morín sobre Pensamiento Complejo, específicamente en el saber hacer y su relación ejemplificada con un ejercicio de sistematización del “saber hacer” en la asignatura general de Escritura y Comprensión de Textos que se imparte en la Licenciatura en Sistemas Comerciales de la Universidad de Quintana Roo.

Palabras clave: Pensamiento Complejo, saber hacer, proceso de sistematización.

ABSTRACT

This work has as main objective, to present a reflection on the importance of today's software development competencies in educational organizations of higher education. It focuses on explaining the principles set forth by Edgar Morin on Complex Thinking, specifically in the “know-how” and its relationship exemplified by a systematization exercise the “know how” in the general subject of Writing and Reading Comprehension that is taught in the Bachelor of Business Systems at the University of Quintana Roo.

Keywords: Complex thinking, know-how, systematization.

**--Si tu cambias con cada experiencia que haces-
Le preguntó en una ocasión al maestro Muto
uno de sus discípulos -- Qué es lo que en ti
permanece invariable?
-- La manera de cambiar constantemente -- respondió."**

Michael End

INTRODUCCIÓN

El propósito de esta primera parte del trabajo, es plantear una reflexión en torno a la propuesta de Edgar Morín: Pensamiento Complejo y el “saber hacer”, como base de las competencias que se busca desarrollar en los estudiantes de Licenciatura.

Para ello, se revisan algunos de los supuestos teóricos propuestos por el autor, en lo que se refiere al significado de Pensamiento Complejo que define como un método de construcción del saber humano que se basa en la hermenéutica, es decir, interpretativo y comprensivo. Es algo que se hace conforme se va caminando, es una nueva racionalidad que permite una nueva visión del ser humano y del mundo. En él, se entretajan las partes y sus elementos que favorecen procesos de interrelación, recursividad, organización, diferencia, oposición y complementación al interior del orden y la incertidumbre (Morín, 2000).

Lo importante aquí es “obedecer a la naturaleza y guiar la vida”:

“Vivimos un desmedido progreso donde el crecimiento económico está ligado al crecimiento tecnológico. Los individuos y las organizaciones estamos enajenados por los prodigios de la tecnología moderna y creemos erróneamente que nuestros problemas se pueden solucionar siempre a través de ella. El avance tecnológico no sólo es considerado como la solución perfecta a nuestros problemas, sino también como el factor que determina nuestro sistema de vida, nuestra organización social y por tanto y muy a pesar, nuestro sistema de valores” (Uribe, 2009).

Por ello, nuestra vida, por el sistema de valores en que se basa, dista mucho de ser/estar sana. En este sentido, la propuesta de Morín conduce a la reflexión profunda sobre el ser humano y saber hacer.

Desde la perspectiva del Pensamiento Complejo, Morín (2003) trata de integrar lo más posible los modos simplificadores de pensar. Para él, el pensamiento, es un pensamiento que aspira a un conocimiento de tipo multidimensional. Así, la complejidad del pensamiento se basa en la existencia de lazos entre sus entidades que permiten la identificación y la distinción entre sí, al mismo tiempo que evita el aislamiento y la mutilación del mismo. Por ello, la complejidad integra en sí misma, todo lo que otorga orden, claridad, distinción y precisión en el conocimiento.

Para “saber hacer”, Morín propone un diálogo estimulador a través de su propuesta de pensamiento complejo. Propone despertar el interés por participar y desarrollar el método complejo de *pensar nuestra propia experiencia humana*, con lo cual podremos recuperar el asombro por el milagro del conocimiento y del misterio que asoma detrás de toda filosofía, de toda ciencia, de toda religión, y que aúna a la empresa humana en su aventura abierta hacia el descubrimiento de nosotros mismos, de nuestros límites y de nuestras posibilidades (Uribe, 2009).

Desde esta perspectiva se plantea la posibilidad de vivenciar un proyecto elaborado/realizado por cada docente, en él, se consideran los siguientes aspectos que sólo son sugerencias para el desarrollo de habilidades en el “saber hacer”:

- Considerar el rol protagónico del estudiante durante el proceso de aprendizaje.

- Favorecer los procesos de aprendizaje inter-intra personales.
- Tratar de atender las necesidades básicas diferenciadas de cada estudiante.
- Vincular la educación con el ambiente familiar y social.

Durante el desarrollo e implementación de esta propuesta vivencial, también es necesario considerar en el estudiante:

- Claridad en las metas a alcanzar a través del proceso de aprendizaje.
- Revisar problemas pertinentes al interior del contexto que vive.
- Conectar los saberes previos con los nuevos.
- Articular el aprendizaje entre las diversas asignaturas.
- Implementar un proceso de diálogo que favorezca la evaluación continua de sus aprendizajes.
- Alimentar en los estudiantes la elaboración de un proyecto ético de vida y carrera.
- Fomentar la evaluación continua en todos los aspectos considerados en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Favorecer el aprendizaje colaborativo.

De esta manera, se pueden establecer las bases para iniciar un desarrollo más formal en el estudiante que le permita adquirir conocimiento a través del uso del Pensamiento Complejo. Que le ayude a desarrollar un “saber ser, conocer y hacer” en su vida cotidiana, pues en ella el ser humano juega una multiplicidad de papeles sociales, ya sea en el trabajo, la familia, los amigos, la comunidad en la que se vive y en todo el ámbito social, económico, cultural y político. Es así, como este fenómeno complejo exige de parte del sujeto, una estrategia de pensamiento reflexiva (Uribe, 2009).

Con la finalidad de enlazar la siguiente parte de este trabajo, se retoma esta cita de Morín (2003): “El conocimiento que une es el conocimiento complejo. La ética que une es la ética de la fraternidad. La política que une es la política que sabe que la solidaridad es vital para el desarrollo de la complejidad social”.

El propósito de esta segunda parte, es elaborar una propuesta de sistematización derivada de la propia práctica docente. Dicha propuesta, se desarrolla a través de dos vertientes: la primera, busca fundamentar “un ejercicio personal de sistematización”. La segunda, busca profundizar en la explicación del rol que juega “la pregunta” durante este proceso.

Con la finalidad de lograr el propósito de una manera clara y precisa, se retomó la siguiente guía:

Paso 1

Reflexiona en una experiencia de tu práctica educativa que desees sistematizar. Toma en cuenta el conjunto de características y los diferentes insumos que generas y documentas en tu práctica, como: diarios, informes, mapas, relatorías, crónicas, actas de asambleas, fotos, entre otros, a fin de precisar el objeto de observación.

Paso 2

Señala un título para tu experiencia a sistematizar y datos sobre dónde se desarrolla, quiénes participan y en qué fechas se localiza.

Paso 3

Posteriormente, indica el objeto de análisis y las razones que justifican la necesidad de realizar dicha sistematización. Describe cuáles serían las etapas del proceso de sistematización de la experiencia que has definido.

Paso 4

Corresponde ahora desarrollar el cómo de la sistematización, es decir, ¿Cómo puedo aplicar la sistematización a mi práctica educativa? sabemos que algunos autores defienden que la sistematización puede funcionar como herramienta de investigación, como parte de la misma, pero también hay otros que opinan que ésta figura como modalidad de investigación, en todo caso, nos interesa conocer no sólo los pasos del método y algunos de sus instrumentos, sino, revisar diversas propuestas metodológicas desde el punto de vista de validez y utilidad del conocimiento que se genera a partir de su utilización.

Paso 5

Ejercicio o plan de sistematización que elaboras de tu práctica educativa.

En las siguientes líneas se presenta la Propuesta de Sistematización que inicia con los fundamentos, para luego, abordar los puntos clave de la experiencia que se desea sistematizar, explicitando cada uno de los aspectos que conforman el proceso.

ASPECTOS QUE FUNDAMENTAN LA PROPUESTA

Se sistematizará la experiencia vivida durante el proceso de aprendizaje del tema: lectura crítica y escritura fundamentada.

Se considera necesario organizar las vivencias de los estudiantes, con una doble finalidad: por un lado, reconstruir la historia y realidad del grupo. Y, por el otro, desarrollar la participación y la cohesión grupal "... potenciando momentos de acogida, cariño, calidez y aceptación" de, entre y para los miembros del grupo."

El recoger las vivencias del grupo, será la actividad central, ¿cómo? a través de la revisión, reflexión y el aprendizaje de experiencias significativas.

Dentro del campo educativo, la perspectiva "constructivista", es la que mejor acoge esta propuesta, desde el punto de vista de la formación de seres humanos con una actitud crítica-fundamentada.

Para la realización de este proyecto, se seleccionó a los estudiantes de primer semestre del curso presencial: "Escritura y Comprensión de Textos", que se imparte en la Licenciatura en Sistemas

Comerciales en la Universidad de Quintana Roo, durante el ciclo de otoño 2011 que se desarrolla de agosto a diciembre. El periodo que se elige para realizar el estudio será noviembre-diciembre.

PROPUESTA DE SISTEMATIZACIÓN

Etapa 1: Planificación

Título: La espiral de nuestra historia de aprendizaje de la lectura crítica y la escritura fundamentada: ¿seres humanos críticos?

Objetivo General: Reconstruir colectivamente las experiencias de aprendizaje vividas en cada clase, desde el 29 de agosto a la fecha. Es importante mencionar que el ciclo escolar comprende el período agosto-diciembre 2011.

Objetivo Específico: Ordenar todas las experiencias vividas: fechas, acontecimientos, particularidades, contenidos, entre otros; para plasmarlas en una bitácora, que contendrá la memoria histórica del curso.

Objeto de análisis: Experiencias compartidas por cada uno de los integrantes del grupo antes descrito.

Justificación: Con base en lo que nos dice Ghiso (1998), con respecto a que “todo sujeto es sujeto de conocimiento y posee una percepción y un saber producto de su hacer. Tanto la acción, como el saber sobre la acción que posee son el punto de partida de los procesos de sistematización”, se hace necesario sistematizar dichas experiencias para construir un documento que contenga los mejores “tips” para aprender a desarrollar las habilidades requeridas para leer y escribir de forma crítica y fundamentada.

Precisión del eje de sistematización: Cómo es que todas las vivencias experimentadas durante las clases impartidas los días lunes y jueves de 7:00 a 9:00 durante los meses de septiembre y octubre, favorecieron el desarrollo de habilidades específicas para leer y escribir de forma crítica y fundamentada.

Método: Visto desde la perspectiva constructivista, la sistematización tiene coincidencias fundamentales que permiten una mejor comprensión del proceso, de acuerdo con Ghiso (1998): todo proceso de sistematización es un proceso de interlocución entre sujetos en el que se negocian discursos, teorías y construcciones culturales. Durante la práctica existen múltiples lecturas que tienen que hacerse visibles y confrontarse con el fin de construir un objeto de reflexión y aprendizaje común.

Asimismo, la sistematización como proceso de construcción de conocimiento sobre una práctica social, no es neutro; por el contrario el interés que lo direcciona y los principios éticos que lo enmarcan son eminentemente emancipadores y transformadores. La sistematización hace parte de las propuestas socio-críticas de construcción de conocimiento.

Siguiendo las palabras de Ghiso (1998), en la sistematización interesa tanto el proceso como el producto. El proceso vincula múltiples componentes uno de ellos es el pedagógico; nos formamos

para sistematizar y sistematizando nos formamos. Estamos hablando aquí de aprendizajes altamente significativos para los que participan.

En las dinámicas trabajadas en clase, los aspectos mencionados arriba, permanecen como constantes que enmarcan y estructuran el proceso que estamos llevando a cabo.

Tipo: Retrospectiva y correctiva, basada en el enfoque dialógico e interactivo, según Ghiso (1998), en éste, las experiencias son entendidas como espacios de interacción, comunicación y de relación; pudiendo ser leídas desde el lenguaje que se habla y en las relaciones sociales que se establecen en estos contextos. Tiene importancia, en este enfoque el construir conocimiento a partir de los referentes externos e internos que permiten tematizar las áreas problemáticas expresadas en los procesos conversacionales que se dan en toda práctica social. Las claves son: reconocer toda acción como un espacio dialógico, relacionar diálogo y contexto, o sea introducir el problema del poder y de los dispositivos comunicativos de control, reconociendo en las diferentes situaciones los elementos que organizan, coordinan y condicionan la interacción. En sistematizaciones desarrolladas desde esta perspectiva suelen utilizarse, también categorías como: unidades de contexto, núcleos temáticos, perspectivas del actor, categorías de actor, unidades de sentido, mediaciones cognitivas y estructurales.

Una vez definida la primera etapa referente a la planificación del proceso de sistematización, se procederá a realizar la recuperación del proceso vivido.

Etapa 2: Recuperación, análisis e interpretación de la experiencia

Para el desarrollo de esta etapa se propone seguir los siguientes pasos:

- ❖ Recopilar información
- ❖ Ordenarla
- ❖ Realizar el análisis e interpretación crítica de la experiencia
- ❖ Sintetizar los aprendizajes obtenidos durante la experiencia

¿Cómo se realizará la recopilación de información?

La construcción de esta parte de la propuesta inicia con la explicación de la situación inicial que se presentó en el grupo objeto de estudio: se aplicó una prueba-diagnóstico para conocer el nivel de habilidades que tenían los estudiantes antes de empezar el curso.

Los resultados denotaron problemas para la identificación del referente principal en una lectura, bajo nivel en lectura de comprensión, problemas para identificar ideas principales y argumentos centrales de la lectura. Asimismo, se descubrió que presentan dificultades para expresar con claridad y precisión, tanto en forma oral como escrita, la tesis central de un texto leído.

Con la finalidad de proponer alternativas de solución a la problemática antes descrita, se plantearon los siguientes objetivos:

- Identificar en un texto sencillo: título, autor, ideas principales, argumentos centrales, relación entre los argumentos y conclusión.

- Expresar los elementos identificados: primero, a través de una presentación oral en la que se evaluaron la claridad en el lenguaje utilizado, la precisión en la explicación de las ideas, argumentos y conclusión del autor del texto leído. Segundo, a través de un breve escrito denominado “Mi primer ensayo” en el que se pidió explicitar cada uno de los aspectos mencionados anteriormente.

Algunos factores del contexto que dificultaron el proceso se resumen en lo siguiente: el 90% de los estudiantes no había leído un libro completo durante sus 18-20 años, (edad promedio del grupo). Hubo resistencia para leer, argumentando que era difícil terminar un libro completo”, nadie se los ha pedido en toda su vida de estudiantes. El 70% del grupo, manifestó abiertamente su disgusto por la lectura: “no me gusta leer”, “me aburre”, “me da sueño”, “no me interesa”, entre otros comentarios.

Los factores que favorecieron el desarrollo del proceso, iniciaron con una sugerencia que realicé para minimizar sus argumentos “negativos” en cuanto a la lectura: elijan un libro sencillo, de un tema que les guste y abran su mente para disfrutar cada párrafo del libro seleccionado. Asimismo, busquen un espacio especial, tranquilo, agradable y bien iluminado para leer. Platiquen con su familia sobre el libro que están leyendo y pídanles que les den su opinión ... invítenlos a leer con ustedes ... léanles en voz alta las partes que más les gusten del texto ...

Los principales momentos del proceso se han centrado en la lectura de diversos textos (cada alumno ha leído hasta el momento dos libros completos), y en llevarlos del nivel escrito al gráfico, realizando presentaciones en power-point con imágenes secuenciadas con base en la estructura lógica del texto.

Es importante mencionar que todos los estudiantes han leído libros diferentes, lo que hace muy atractivas las presentaciones orales con el apoyo de sus presentaciones en imágenes para todos los integrantes del grupo, ya que no se tiene previo conocimiento del libro que se presenta.

La situación actual -a raíz de estos dos meses de trabajo-, muestra un avance significativo en el 95% de los estudiantes. Estamos iniciando la lectura de un tercer libro, propuesto por los mismos estudiantes y están contentos y emocionados porque han logrado superar los retos personales que se propusieron al inicio del curso. El 5% restante, ha tenido problemas para integrarse a la dinámica de trabajo y va lento en relación a la mayoría, sin embargo, lograrán la meta para diciembre.

Las recomendaciones sugeridas para futuros cursos se dirigen a la propuesta para organizar “círculos de lectura” permanentes en la biblioteca de la Unidad Cozumel. La idea es que cada estudiante de este curso, se convierta en un “líder lector” que trabaje para fomentar la lectura en todos los estudiantes de la Unidad, independientemente de la carrera que cursen.

¿Cómo se ordenará la información?

La construcción de esta parte de la propuesta requiere en primer lugar, explicar cómo se organizó la información en forma clara y precisa, con base en qué elementos o categorías y con cuáles consensos y disensos en cada uno de los temas vistos.

En un primer momento, se efectuaron reuniones con los estudiantes para recordar las experiencias e ir las plasmando en una bitácora. Cada estudiante escribirá en ella, lo que considere más relevante de su experiencia personal.

Las categorías sugeridas para la organización de la información se especificaron en dos momentos: uno, antes de iniciar el curso y dos, durante los dos meses que han asistido a clases: identificación del referente de la lectura, identificación de ideas principales, identificación de los argumentos principales y su relación con la estructura central del texto y la explicación de la conclusión del autor del texto.

Posteriormente, con la finalidad de analizar disensos y consensos, se leyeron las experiencias escritas en la bitácora para analizarlas y se obtuvo a través de una lluvia de ideas, los primeros “tips” que los miembros del grupo consideraron relevantes para el aprendizaje de la lectura crítica y la escritura fundamentada.

Como cierre de esta primera actividad se resumió lo acordado en esta sesión y se plasmó en un documento denominado: “Aprendiendo a leer críticamente y a escribir con fundamento”.

Tiempo: Una sesión semanal de una hora.

Hasta aquí he llegado en la realización de mi ejercicio de sistematización, la propuesta continuará trabajándose durante los siguientes 15 días del mes de noviembre y la primera semana de diciembre se tiene planeado realizar el cierre de la actividad.

Es por ello, que los siguientes apartados que estructuran esta propuesta se realizarán durante el período arriba mencionado.

¿Cómo se realizará el análisis y la interpretación crítica de la experiencia?

La construcción de esta parte de la propuesta requiere responder las siguientes cuestiones:

- ✚ ¿Qué etapas y cambios ha habido en la experiencia?
- ✚ ¿Qué elementos claves potenciaron y debilitaron la experiencia?
- ✚ ¿Qué factores influyeron en los diferentes niveles de la experiencia?
- ✚ ¿Qué lecciones aprendidas quedan de la experiencia (deseadas o no)?

¿Cómo se sintetizarán los aprendizajes obtenidos durante la experiencia?

La construcción de esta parte de la propuesta requiere responder las siguientes cuestiones:

- ✚ ¿Qué puede sugerirse acerca del enfoque, el método, las estrategias, los resultados, el uso de los recursos aplicados en la experiencia?
- ✚ ¿Qué se debería hacer diferente? ¿Qué se debería hacer de la misma forma? ¿Qué elementos nuevos habría que incorporar en intervenciones futuras?
- ✚ ¿Qué sugerencias hay para la sostenibilidad?
- ✚ ¿Qué dudas o inquietudes quedan abiertas?

Etapa 3: Comunicación de los aprendizajes

Para el desarrollo de esta etapa, se proponen los tres últimos pasos del proceso, que son los siguientes:

- ✚ Elaborar una estrategia de comunicación.
- ✚ Diseñar y editar publicaciones y otros materiales de difusión.
- ✚ Realizar eventos de socialización.

CONCLUSIONES

Hasta aquí la reflexión propuesta en el marco del Pensamiento Complejo desarrollado por Edgar Morín. Centrar la labor docente en el desarrollo del “saber conocer, saber hacer y saber ser”, representa una alternativa viable para los jóvenes que hoy en día asisten a estudiar una Licenciatura. Es importante recordar que su nivel de pensamiento corresponde al estimulado por la era de las nuevas tecnologías y desde ahí, su visión del mundo se ha transformado radicalmente. Lo que a los jóvenes de hace dos décadas les funcionó para obtener conocimiento, ahora no les aporta algo. Por ello, se hace necesario ampliar el espectro: la inclusión de nuevas formas que favorezcan el enseñar a los estudiantes a adquirir nuevo conocimiento, será la manera de hacerlos trascender las fronteras que les permitan acceder al pensamiento crítico.

Con base en lo anterior, la propuesta queda abierta para que cada docente pueda estructurar un propuesta propia de sistematización que enmarque el “saber hacer” que desea desarrollar en sus estudiantes. Partiendo de los temas planteados en el programa de la asignatura que imparte y una visión propia –basada en la experiencia- le dice que puede ayudar a que sus estudiantes desarrollen las competencias requeridas por el mercado laboral.

BIBLIOGRAFÍA

- Ghiso, A. (1998). *De la práctica singular al diálogo con lo plural*. Medellín, Funlam.
- Iovanovich, M. (2007). *La sistematización de la práctica docente en educación de jóvenes y adultos*. Universidad Nacional de la Plata.
- Morin, E. (2000). *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. Bogotá: Ministerio de Educación Nacional.
- Rozo, J. (1999). El sujeto en las ciencias sociales. En: C. Maldonado (Ed.), *Visiones sobre la complejidad*. Santafé de Bogotá: El Bosque.
- Rozo, J. (2003). *Sistémica y pensamiento complejo. I. Paradigmas, sistemas, complejidad*. Medellín: Biogénesis.
- Schon, D. (1992). *La formación de profesionales reflexivos: Hacia un nuevo diseño de la enseñanza y el aprendizaje de las profesiones*. Barcelona: Paidós.
- Tobón, S. (2004). *Formación basada en competencias. Pensamiento complejo, diseño curricular y didáctica*. Bogotá: ECOE.
- Villagómez, V. T. (2006). *Y tú, ¿qué? ... Manual Metodológico*. CREFAL.

CAPÍTULO 3

FINANZAS



APLICACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA EN LAS EMPRESAS COMERCIALES DE COLIMA

Dr. Juan Flores Preciado.- jflores@ucol.mx
Dr. Rogelio Félix Flores.- solfelix@ucol.mx
Mtro. Refugio Humberto Tene.- htene@ucol.mx
Universidad de Colima

Resumen

En el municipio de Colima existen un poco mas de 8 mil empresas de las cuales la cuarta parte aproximadamente pertenece al sector comercio según el INEGI, mismo comportamiento esta a nivel nacional, de las cuales el 99.8% son MiPyMES.

El universo fueron los comercios del municipio de Colima, se realizó una consulta a la base de datos SIEM (Sistema de Información Empresarial de México) por medio de la cual se delimito el sector a la cual se dirigió la investigación. Después de determinar esto se realizó una prueba piloto empresas comerciales y especialistas, con un cuestionario previamente elaborado, se realizaron los ajustes necesarios para dar cumplimiento al objetivo, para después realizar encuestas a conveniencia dado no que todas las empresas estuvieron dispuestas a proporcionar la información solicitada; posteriormente con el apoyo del programa “Statistical Package for the Social Sciences” (SPSS) se realizó la captura de los datos para realizar el análisis y elaborar conclusiones.

De los resultados obtenidos el 92% de las empresas comerciales del municipio Colima son familiares, un 56% es dirigido por hombres, cuentan con un promedio de 14.86 años de operación y 7.86 empleados, una edad promedio del gerente de 43, el 60.86% utiliza al menos una herramienta financiera para toma de decisiones y el 69.56% elaboran algún reporte financiero.

A mayor escolaridad utilizan las herramientas financieras para toma de decisiones y los mayores problemas que enfrentan son la competencia, la liquidez y las ventas, perciben que su competencia tiene además de las anteriores dificultades de personal calificado.

Palabras clave: Administración financiera, empresas familiares

1 GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La importancia del aspecto financiero dentro de este tipo de empresas corresponde a que está ligado al capital disponible con que el empresario cuenta por lo menos para su operación normal y con el cual la empresa comenzará a desarrollarse. (Carrillo, Bravo, & Bustamante, 2002).

Limitantes como la capacidad de modernización, innovación de productos e inversión en tecnologías y estrategias, además de debilidades como la falta de asesoría empresarial, deficiente administración, talento no calificado, desconocimiento de mercados y sistemas de calidad, son algunas de las áreas a trabajar en las pequeñas empresas, dice la gerente encargada del Programa de Desarrollo Pyme (PDP) (Castillo, 2010).

Según López (2002) las micro y pequeñas empresas no cuentan con una organización bien definida que les permita un buen desarrollo de su negocio y por consiguiente sus objetivos no son alcanzados,

es por lo que estas empresas no crecen ni pueden sobresalir en un medio donde existe demasiada competencia y en un momento dado es muy difícil sobrevivir.

Se desconoce que haya alguna investigación que demuestre el grado de utilización de las empresas familiares en el municipio de Colima de las herramientas financieras para la toma de decisiones.

1.2 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Qué información elaboran los administradores para la toma de decisiones relacionadas con las operaciones financieras de las empresas familiares del sector comercio en Colima?

¿Qué herramientas financieras utilizan las empresas familiares comerciales en Colima para analizar sus operaciones?

1.3 OBJETIVOS

General

Describir la información financiera que elaboran, analizan y aplican las empresas familiares del sector comercio ubicadas en la Ciudad de Colima para la toma de decisiones.

Objetivos Específicos:

1. Identificar los reportes financieros que los administradores de las empresas familiares comerciales de Colima elaboran para el control financiero de la empresa.
2. Determinar las herramientas financieras a las que recurren las MiPyMEs familiares comerciales de Colima para analizar sus operaciones.

1.4 JUSTIFICACION

La mayoría de las empresas del mundo son propiedad de familias o están dirigidas por ellas. La participación familiar ofrece a la empresa visión de largo plazo, valores sólidos y un sueño compartido, pero al mismo tiempo, la empresa familiar debe cuidarse de no encerrarse en sí misma sino al contrario, debe abrirse a la asesoría y el criterio de profesionales independientes. (Haar, 2006) Es importante realizar esta investigación primordialmente por la necesidad que tienen las MiPyMEs en Colima para conocer como es su administración de los recursos financieros, así como el control y manejo adecuado de sus herramientas financieras, su análisis, ya que el principal reto que enfrentan consiste en aprovechar de la mejor manera los recursos tecnológicos, ya que enfrentan una intensa y creciente competencia tanto en mercados locales, estatales, regionales, nacionales e internacionales. El resultado de esta investigación servirá de base para que las empresas familiares tengan conocimiento sobre los principales problemas que aquejan a sus empresas con el fin de corregirlos o prevenirlos y tomar las mejores decisiones ante estas situaciones.

2 LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

2.1. INTRODUCCIÓN

Las MiPyMEs son un elemento fundamental para el desarrollo económico de los países, tanto por su contribución al empleo, como por su aportación al Producto Interno Bruto. En el caso de México, las MiPyMEs, generan el 52 por ciento del Producto Interno Bruto y contribuyen con el 72 por ciento de los empleos formales. En el año 2003 existían en México 3'005,157 empresas, de las cuales el 99.8 por ciento son MiPyMEs. (Secretaría de Economía, 2011)

2.2. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Estratificación				
Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	Todos	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

Fuente: Diario oficial de la Federación (2009)

2.4. LA EMPRESA COMERCIAL

Podemos definir ciertas características de una empresa comercial según los elementos que la componen entre los cuales tenemos los factores activos, que encierra a los empleados, propietarios, sindicatos, bancos, etc. Los factores pasivos, en los que están encerradas las materias primas, transporte, tecnología, conocimiento, contratos financieros y el factor de organización que es la coordinación y orden entre todos los factores y las áreas.

2.5. EMPRESAS FAMILIARES

“Una empresa familiar es una organización controlada y operada por los miembros de una familia”. (Antognolli, 2010)

“Una empresa familiar no es diferente a cualquier otra empresa salvo en un aspecto muy importante: la propiedad o el control de la empresa está en manos de una familia. Por lo general son miembros de la familia los que ocupan los puestos decisivos de la compañía”. (Le Van, 2003)

2.6 LA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA EN COLIMA

En el año 2009 existían en México 5, 144,056 empresas, de las cuales el 99.8% son MiPyMEs. Las cuales participan dentro de las actividades económicas de la siguiente forma: 47.1% en servicios, 26% en comercio, 18% en la industria manufacturera. (Secretaría de Economía, 2011)

En el Municipio de Colima existen 8242 empresas registradas de todos los sectores, de las cuales 3388 pertenecen al sector comercio. (INEGI, 2009)

En el Estado de Colima existen 1304 empresas registradas de todos los sectores, de las cuales 756 se encuentran en el municipio de Colima. La presente Investigación se dirige a las MiPyMEs del sector comercial considerando que estas son la base para el desarrollo económico del Estado de Colima. Existen en el estado 753 empresas comerciales registradas (representando el 57.75% de la totalidad de las empresas del estado), de las cuales 497 se localizan en el Municipio de Colima (representando el 65.74% de la totalidad de las empresas del municipio). (Sistema de Información Empresarial Mexicano, 2008)

2.7 ALGUNOS CONCEPTOS DE HERRAMIENTAS FINANCIERAS

Análisis de Información financiera: Para tomar decisiones racionales de acuerdo con los objetivos de las empresas se requieren de las herramientas financieras. (Adam, Delgado, Diaz, De los Monteros, & Herrerias, 2004)

Balanza: Es el documento que se prepara para comprobar que se aplico correctamente el principio de partida doble, en el se alistan las cuentas que presentan saldos, anotando, entre otros datos, los nombre nombre de cuentas, saldos acreedores, importes etc. (Lopez, 2007)

Estado Financiero: Son los estados financieros que se elaboran entre los estados financieros normales. (Fernández, 1990)

Estado de Resultados: Un estado financiero que muestra los ingresos obtenidos en un negocio, los gastos que originaron la obtención de esos ingresos y la resultante utilidad o pérdida neta. (Fernández, 1990)

Estado de Cambios en la Posición Financiera: Estado financiero que nos muestra los orígenes del numerario o fondos de una empresa, así como, la aplicación de los mismos en un periodo o ejercicio determinado, basado, presente o futuro. (Adam, Delgado, Diaz, De los Monteros, & Herrerias, 2004)

Estado de Variaciones en el Capital Contable: Consiste en hacer una comparación de un ejercicio a otro de las diversas cuentas que la integran, el ir analizando las variaciones que pueden ser de incremento o disminución de su saldo, lo cual nos permitirá, estar en aptitud de interpretar si las utilizades del ejercicio anterior ya fueron repartidas, si hubo nuevas aportaciones de socios o retiro de capital, si se incremento el capital por efecto de la inflación, etc. (Adam, Delgado, Diaz, De los Monteros, & Herrerias, 2004)

Flujo de Efectivo: Para poder tomar decisiones referentes a inversiones a realizar o al monto de los financiamientos que se pueden contratar, requieren contar con un flujo de efectivo, el cual nos permite conocer las fechas en que se contara con el efectivo disponible para los compromisos que desea contraer. (Adam, Delgado, Diaz, De los Monteros, & Herrerias, 2004)

Herramientas Financieras: (Drucker, 2009) La información sobre productividad, recae en los indicadores que miden el desempeño productivo de la organización. En esta sección se exponen algunos de los instrumentos financieros que las PyMES deben tener en cuenta para ser competitivas en un mercado globalizado.

Inflación: Fenómeno económico provocado por el aumento del circulante sin respaldo de bienes y servicios. (Lopez, 2007)

Información Contable: Según (Ayala, 2007) es un sistema de información contable comprende los métodos, procedimientos y recursos utilizados por una entidad para llevar un control de las actividades financieras y resumirlas en forma útil para la toma de decisiones.

Razones Financieras: Proporcionan al analista financiero una herramienta para obtener información de los estados financieros. (Serfinco: Comisionistas de bolsa, 2002)

Reportes Financieros: Puede que se imagine un reporte financiero como una radiografía o ecografía de su negocio con distintas perspectivas.. (HSBC, 2011)

Sociedad: Agrupación de personas que aportan sus bienes o trabajo para la realización de un fin común. (Lopez, 2007)

Persona Física: Individuo con capacidad legal para contratar y obligarse, es decir, susceptible de derechos y obligaciones. (Lopez, 2007)

Presupuesto: Determinación anticipada que se hace de las partidas integrantes de los estados financieros de una empresa; tales como presupuesto de caja, de compras, de producción etc. (Lopez, 2007)

Presupuesto de Egresos: Estimación de erogaciones por concepto de la función administrativa, de distribución, de financiamiento o de producción. (Lopez, 2007)

Presupuesto de Ingresos: Computo anticipado de los ingresos, es el primer paso en la implementación de todo programa presupuestal. (Del Rio, 2003) **Punto de Equilibrio:** Punto hipotético determinado mediante técnicas de análisis en el cual los ingresos de una empresa absorben los costos fijos y el marginal variable de producción y en el que a partir del cual, si las ventas superan este punto, se generan las utilidades marginales. (Lopez, 2007)

3 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

El universo de la investigación se circunscribe en el municipio de Colima, en donde existen 8242 empresas registradas de todos los sectores, de las cuales 3388 pertenecen al sector comercio. (INEGI, 2009)

Se determinó aplicar una muestra a este universo, pero por parte de INEGI, las direcciones de las empresas es información reservada, por lo que se consultó la base de datos del Sistema de Información Empresarial de México (SIEM), para elegir a sujetos de esta investigación, sin embargo al visitar a cada una de las empresas seleccionadas se tuvo el problema de algunas se negaron a proporcionar la información argumentando razones de confidencialidad por lo que se optó por realizar una muestra de conveniencia a 50 empresas que fueron las que así quisieron hacerlo en el periodo de recolección de datos.

Selección de instrumento: Una vez analizados los instrumentos de recolección de información existentes se eligió el cuestionario.

Aplicación del instrumento: La aplicación del cuestionario se realizó por el método geográfico, seleccionando las empresas de acuerdo con la base de datos de SIEM, en el Municipio de Colima. Posteriormente con la ayuda de los programas Excel y Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) se realizó la captura de los resultados para realizar su análisis, obtener resultados y elaborar conclusiones.

4 RESULTADOS Y CONCLUSIONES

1.- Genero del Director o dueño de la empresa.

genero del director					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	masculino	28	56,0	56,0	56,0
	femenino	22	44,0	44,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Encontramos que la mayoría de las empresas del sector comercio de la ciudad de Colima están controladas por hombres (56%) y el 44% por mujeres. La edad promedio del los gerentes o administradores es de 43 años y el 44% tienen grado de licenciatura o ingeniería.

2.- Las Empresas están constituidas como:

empresa constituida como					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sociedad	14	28,0	28,0	28,0
	persona física	36	72,0	72,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Las empresas del sector comercio de la Ciudad de Colima están constituidas: el 72% como personas físicas y el 28% como sociedad.

3.- Empleados permanentes en la Empresa

empleados				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
			válido	acumulado
Válidos	1	18	36,0	36,0
	2	9	18,0	54,0
	3	3	6,0	60,0
	4	6	12,0	72,0
	5	2	4,0	76,0
	6	1	2,0	78,0
	7	2	4,0	82,0
	8	1	2,0	84,0
	9	1	2,0	86,0
	10	1	2,0	88,0
	14	1	2,0	90,0
	15	1	2,0	92,0
	16	1	2,0	94,0
	20	1	2,0	96,0
	36	1	2,0	98,0
	120	1	2,0	100,0
Total		50	100,0	100,0

El 70% de las empresas tienen de 1 a 5 empleados por lo que podemos deducir que todas estas son microempresas.

4.- Persona encargada de generar la información contable

persona encargada de la información contable				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
			válido	acumulado
Válidos	propietario o principal	17	34,0	34,0
	administrador de la empresa			
	departamento de	8	16,0	50,0
	contabilidad			
	despacho contable externo	25	50,0	100,0
Total		50	100,0	100,0

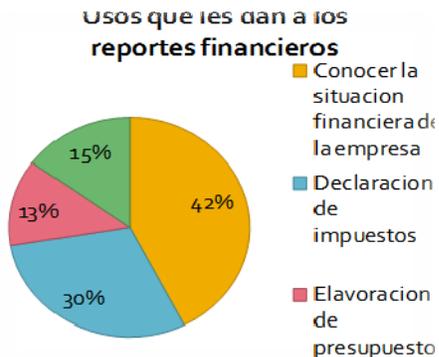
Las personas encargadas de generar la información financiera son: Despacho Externo el 50% y el resto el propietario o el despacho interno.

5.- Elaboración de Reportes Financieros



Por lo que el 69.56% de las empresas familiares elaboran por lo menos un Reporte Financiero de manera mensual; lo cual nos permite señalar que la mayoría de estas organizaciones lleva un control sobre sus operaciones financieras, aunque consideramos que es un promedio alto hay que destacar que existen muchos más documentos que les permitirían a estas empresas desarrollar sus actividades financieras de una manera más eficaz y eficientemente. Consideramos que la administración financiera que llevan estas organizaciones es muy deficiente ya que muy pocas empresas elaboran dos reportes financieros y muchas menos elaboran tres.

6.- Usos que se le da a los Reportes Financieros

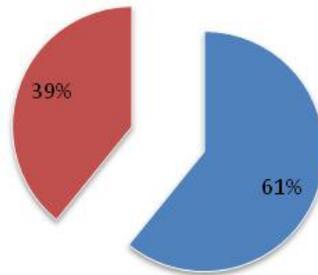


Del total de empresas familiares el 67.4% por lo menos le da un uso a los reportes financieros que elabora. Del total de las empresas que le dan uso el 42.55% los utilizan para conocer la situación financiera de la empresa, el 29.78% solo elabora estos documentos para declarar impuestos, el 12.76% utilizan la información elaboración de presupuestos y el resto (14.89%) le dan otros usos.

7.- Herramientas Financieras

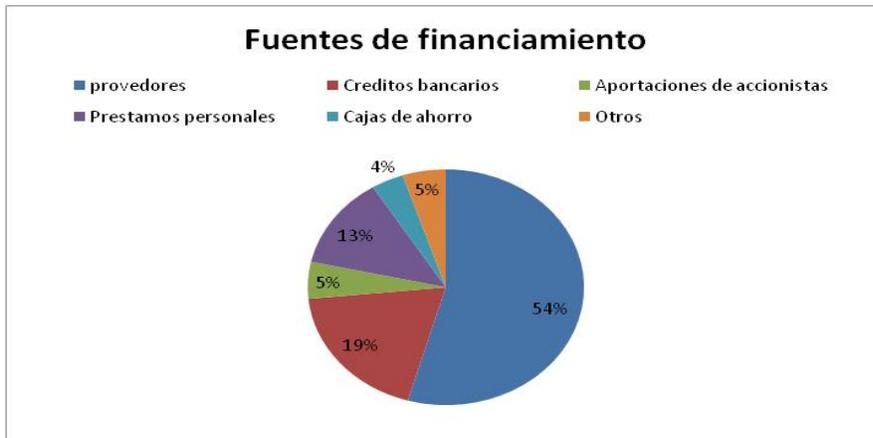
MiPyMEs familiares del sector comercio de colima que utilizan herramientas financieras

■ Si Utiliza ■ No Utiliza



Se encontró que un 61% de las empresas familiares del sector comercial de la ciudad de Colima, cuando menos utiliza una herramienta financiera para el análisis de su información financiera y el resto no realiza análisis.

8.- Fuentes de Financiamiento



La fuentes de financiamiento que utilizan las empresas de la Ciudad de Colima son 54% proveedores, 19% créditos bancarios, 13% prestamos personas entre otros.

9.- Determinación de Precio de Venta

¿Cómo determinan sus precios de venta?			
	frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
costos y margen de utilidad	37	60,7	60,7
precio de competencia	14	23,0	83,6
empíricamente	2	3,3	86,9
experiencia	6	9,8	96,7
punto de equilibrio	2	3,3	100,0

Se encontró que el 60.7% de las empresas determinan su costos de venta mediante “costos y margen de utilidad”, mientras que el 23% lo realiza usando como referencia el “precio de la competencia” y el 9.8% lo realizan mediante su “experiencia”.

10.- Determinación de Utilidades

¿Cómo determinan sus utilidades?			
información para determinar utilidades	Frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
Ventas	25	43,1	43,1
Estado de resultados	13	22,4	65,5
Flujo de efectivo	6	10,3	75,9
No realizan	12	20,7	96,6
Otros	2	3,4	100,0

Se apreció que los administradores determinan sus utilidades mediante “ventas” en un 43.1%, otros lo realizan por medio de los “estados de resultados” con un 22.4%. Resaltando que un 20.7% no determinan de ninguna manera sus utilidades.

11.- Control de Flujos de Efectivo

¿Como controla sus flujos de efectivo?			
	Frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
Presupuestos	3	5,4	5,4
Reportes de estradas y salidas	35	62,5	67,9
Estados financieros	10	17,9	85,7
Otros	4	7,1	92,9
No realiza	4	7,1	100,0

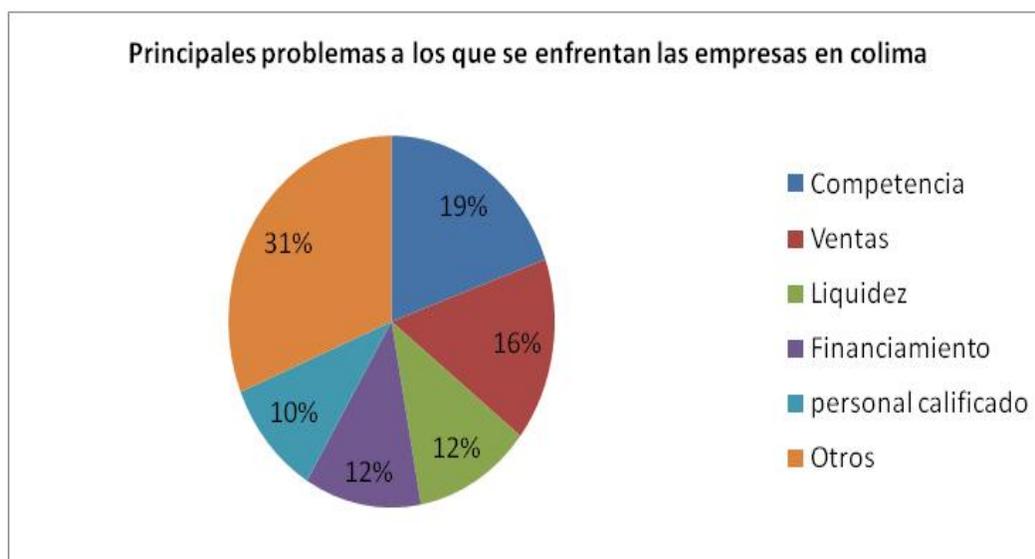
El 62.5% lo hace mediante reportes de entradas y salidas, el 17.9% lo controla mediante los Estados financieros, mientras que el 7.1% no aplica ningun tipo de control sobre sus flujos de efectivo.

11.-Determinacion de Compras

¿Cómo determina sus copras?			
	Frecuencia	Porcentaje	% Acumulado
Ventas	35	42,2	42,2
Saldos de inventarios	22	26,5	68,7
Flujos de efectivo	3	3,6	72,3
Temporada de ventas	15	18,1	90,4
Oferta de proveedores	8	9,6	100,0

Se encontró que el 42.2% de los administradores determinan sus volúmenes de compras mediante las “ventas” que realiza la empresa, el 26.5% se basa en la sus “saldos de inventarios”, y el 18.1% por “temporada de ventas” entre otros criterios.

12.- Problemas a los que se enfrentan las empresas en Colima



Las MiPyMEs Familiares del sector comercio de la Ciudad de Colima consideran que los principales problemas a los que se enfrentan son: un 19.56% competencia, 16% ventas y 12% liquidez entre otros.

CONCLUSIONES

De los resultados obtenidos el 92% de las empresas comerciales del municipio Colima son familiares, un 56% es dirigido por hombres, cuentan con un promedio de 14.86 años de operación y 7.86 empleados, una edad promedio del gerente de 43.

A mayor escolaridad utilizan las herramientas financieras para toma de decisiones y los mayores problemas que enfrentan son la competencia, la liquidez y las ventas, perciben que su competencia tiene además de las anteriores dificultades de personal calificado.

Uno de los objetivos de la investigación era “ Identificar los reportes financieros que los administradores de las empresas familiares comerciales de Colima elaboran para el control financiero de la empresa”, por lo que el 69.56% de las empresas familiares elaboran por lo menos un reporte financiero de manera mensual; lo cual nos permite señalar que la mayoría de estas organizaciones lleva un control sobre sus operaciones financieras, aunque consideramos que es un promedio alto hay cabe destacar que existen muchos más documentos que les permitirían a estas empresas desarrollar sus actividades financieras de una manera más eficaz y eficientemente. Consideramos que la administración financiera que llevan estas organizaciones es muy deficiente ya que muy pocas empresas elaboran dos reportes financieros y muchas menos elaboran tres.

Con el fin de comprobar el objetivo de “determinar las herramientas financieras a las que recurren las empresas familiares comerciales de Colima para analizar sus operaciones”. Se encontró que un 60.86% de las empresas familiares del sector comercial de la ciudad de Colima, cuando menos utiliza una herramienta financiera para el análisis de su información financiera, lo que consideramos un regular porcentaje ya que esto le permite a la mayoría de las empresas tener un mejor manejo profesional de la información y por ente un mayor fundamento al tomar las decisiones, sin embargo también esto nos indica que 39.14% toman decisiones de manera empírica por lo que deducimos que estas empresas presentan o presentaran problemas en su desarrollo.

Del total de empresas familiares el 67.4% por lo menos le da un uso a los reportes financieros que elabora. Del total de las empresas que le dan uso el 42.55% los utilizan para conocer la situación financiera de la empresa, el 29.78% solo elabora estos documentos para declarar impuestos, el

12.76% utilizan la información elaboración de presupuestos y el resto (14.89%) le dan otros usos. Consideramos que es bajo el porcentaje que de verdad le da un uso útil a los Reportes financieros ya que casi una tercera parte solo realiza estos para pagar impuestos.

De las cincuenta empresas entrevistadas cuarenta y seis son familiares, de estas treinta dos elaboran Reportes Financieros y de esas, dieciséis en promedio son dirigidas por personas que cuentan con licenciatura o posgrado y dieciséis cuentan con nivel medio superior o inferior.

Las MiPyMEs Familiares del sector comercio de la Ciudad de Colima consideran que los principales problemas a los que se enfrentan son: un 19.56% competencia, 15.95% ventas y 11.6% liquidez.

Las MiPyMEs Familiares del sector comercio de la Ciudad de Colima tienen en promedio un año 16%, cinco años 14%, 12 años 12% y 10 años 6% de operación.

BIBLIOGRAFIA

Adam, S. J., Delgado, G. A., Diaz, M. A., De los Monteros, C. J., & Herrerias, A. E. (2004). *Finanzas Basicas*. Mexico: INSTITUTO MEXICANO DE CONTADORES PUBLICOS.

Antognolli, S. (2010). La sucesión en las empresas familiares. *Ser Humano y Trabajo: Promoviendo el Desarrollo del Talento Humano* .

Ayala, C. A. (03 de JULIO de 2007). *CONCEPTO DE SISTEMA DE INFORMACIÓN CONTABLE*. Recuperado el 12 de JULIO de 2011, de <http://www.monografias.com/trabajos48/sistema-contable/sistema-contable2.shtml>

Belausteguigoitia, R. I. (2004). *Empresas familiares: Su dinámica, equilibrio y consolidación*. México: Mc Graw Hill Interamericana.

Carrillo, S., Bravo, L. M., & Bustamante, A. C. (30 de Diciembre de 2002). *IMPACTO DE LA FALTA DE INFORMACIÓN FINANCIERA EN EL FUNCIONAMIENTO DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS COMERCIALES Y DE SERVICIOS EN MEXICALI, BAJA CALIFORNIA*. Recuperado el 07 de Julio de 2011, de UNAM: <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xv/ponencias/166.pdf>

Castillo, E. (22 de JULIO de 2010). *5 problemas de las Pymes para el éxito*. Recuperado el 20 de JULIO de 2011, de CNNEXPANSION: <http://www.cnnexpansion.com/emprendedores/2010/07/21/ser-exitoso-sin-morir-en-el-intento>

Corona, C. (13 de Enero de 2009). *Empresa. Historia y definición*. Recuperado el 18 de Julio de 2011, de mailxmail : <http://www.mailxmail.com/curso-empresa-organigrama-clasificacion/empresa-historia-definicion>

De la Cerda, J., & Nuñez, F. (1993). *La administracion en desarrollo, problemas y Avances de la Administracion en Mexico*. Mexico: Internacional de Capacitacion y Estudios Empresariales.

Del Rio, G. C. (2003). *El Presupuesto*. Mexico : Thomson.

Diario Oficial de la Federacion. (2009). *Clasificación de las empresas de acuerdo a su tamaño en México*. Mexico.

Diccionario de Economía. (2003). *DICCIONARIO DE ECONOMIA*. Recuperado el 19 de Julio de 2011, de Diccionario de Economía: <http://www.sitiosespana.com/diccionarios/ECONOMIA/f.htm>

Drucker, P. (11 de Septiembre de 2009). *PyMEs Futuro*. Recuperado el 12 de Julio de 2011, de HERRAMIENTAS FINANCIERAS PARA LAS PYMES: <http://www.pymesfuturo.com/Herramientas.htm>

El Nuevo Empresario. (08 de Mayo de 2008). ¿Qué es una empresa comercial? *El Nuevo Empresario* .

Fernández, M. R. (1990). Catálogo de Términos Contables. España.

Financiamiento. (24 de 04 de 2009). <http://www.financiamiento.com.mx/>. Recuperado el 12 de 07 de 2011, de ¿ Que es el Financiamiento?: <http://www.financiamiento.com.mx/index.php?view=article&id=1:que-es-el-financiamiento&format=pdf>

Haar, J. (2006). La Gestion de Empresas Familiares. *Impacto de Balance* , 18-21.

Haar, J. (2006). La gestion de las empresas Familiares: Pacto de Balance. *Debates IESA* , 18.

Handler, W. C. (1988). *Centro de Desarrollo de la Empresa Familiar*. Recuperado el 12 de Julio de 2011, de La Singular Dinámica de las Empresas Familiares en Latinoamérica: <http://cedef.itam.mx/PDF/DinamicadelaempresafamiliarenLatinoamerica.pdf>

HSBC. (2011). *Reportes financieros*. Recuperado el 12 de Julio de 2011, de HSBC: http://www.es.yourmoneycounts.com/ymc/planning/small_business_owners/financial_management/financial_reports.html

INEGI. (2009). *Censos Economicos*. Recuperado el 19 de Julio de 2011, de Instituto Nacional de Estadística y Geografía: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/calc_CENSAL-municipio.asp

Le Van, G. (2003). *Guía para la supervivencia de la empresa familiar*. España: Ediciones Deusto.

Lopez, L. J. (2007). *Diccionario Contable, Administrativo y Fiscal*. Mexico : Thomson.

López, S. J. (2002). *Propuesta de una guía de elaboración de proyectos de investigación para Micro y Pequeñas Empresas de diferentes giros caso Colima*. México.

Montalvo, G. O. (29 de Enero de 2009). *Definicion de Administracion Financiera*. Recuperado el 19 de Julio de 2011, de Finanzas: <http://articulosfinanzas.blogspot.com/2009/01/definicion-de-administracion-financiera.html>

Monteferrante, P. (2006). Empresas Familiares: ¿Pulperías o empresas Familiares? *Instituto de Estudios Superiores de Administracion* , 14.

Ortega, C. A. (29 de Enero de 2009). *Definicion de Administracion Financiera*. Recuperado el 19 de Julio de 2011, de Finanzas: <http://articulosfinanzas.blogspot.com/2009/01/definicion-de-administracion-financiera.html>

Rise, C. M. (2006). *La Empresa Hoy*. Recuperado el 12 de Julio de 2011, de Telpin: <http://www.telpin.com.ar/interneteducativa/Proyectos/2006/LASEMPRESAS/Pagina%207.htm>

Secretaría de Economía. (09 de Junio de 2011). *Contacto PyME*. Recuperado el 07 de Julio de 2011, de Secretaría de Economía: http://www.economia.gob.mx/swb/es/economia/p_Contacto_PyME

Secretaria de Fomento Economico del Gobierno del Estado de Colima. (2011). *Localización del Estado*. Colima.

Secretaria de Fomento Economico del Gobierno del Estado de Colima. (2003). *MiPyMEs en Colima*. Colima.

Serfinco: Comisionistas de bolsa. (2002). *Glosario*. Recuperado el 12 de Julio de 2011, de Serfinco: <http://www.serfinco.com/glossary/default.asp?l=R>

Sistema de Informacion Empresarial Mexicano. (2008). *Consultas*. Recuperado el 07 de Julio de 2011, de SIEM: <http://www.siem.gob.mx/siem2008/portal/consultas/respuesta.asp?language=0&captcha=1>

Terry, & Franklin. (1986). *Administracion: Teoria y Practica*. Mexico: Prentice-Hall Hispanoamericana.

Uc, H. L., García, P. d., & Bastida, A. F. (2008). *Los sistemas de control de gestión y la innovación: Su efecto sobre el rendimiento de las PYMES*. Venezuela: Merida.

Vergara, K. (29 de Abril de 2010). *Concepto de finanzas, principios financieros, definición*. Recuperado el 19 de Julio de 2011, de Tu Economia: <http://www.tueconomia.net/finanzas-y-sus-areas/concepto-de-finanzas.php>

MODELO PARA EVALUAR EL RIESGO INDUSTRIA DE LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS DEL SECTOR RURAL EN MÉXICO.

Marco Antonio Cabello Villarreal⁴¹

Javier Chávez Ferreiro⁴²

Javier Chávez Zepeda⁴³

Abstract

This paper shows the results of causal analysis of econometric models and statistical analysis of industry risk. In particular, groups of institutions able to define their level of distress. However, discrimination variables are changed depending on when you are the business cycle.

Whenever the economic cycle is linked with the banks' distress level, identify causal chains depict time feedback relationships. To the extent that feedback loops are positive economic growth creates a greater financing services demand, thereby decreasing the probability of default of the sector and vice versa.

Introducción

El presente trabajo muestra los resultados del análisis causal de modelos econométricos y estadísticos al análisis de riesgo sectorial. En particular, se logró delimitar grupos de instituciones por su nivel de morosidad. Sin embargo, las variables de discriminación se modifican dependiendo del momento en que se encuentre el ciclo económico. Toda vez que el ciclo económico también es determinando por el nivel de morosidad de los bancos, se identifican cadenas de causales que en el tiempo presentan relaciones de retroalimentación. En la medida que se presentan ciclos de retroalimentación positiva el crecimiento económico genera una mayor necesidad de financiamiento con lo que se disminuye la probabilidad de incumplimiento del sector y viceversa.

Palabras clave: Riesgo sistema, Dinámica del sistema financiero, Modelos econométricos, Análisis discriminante, México.

Definición de problema de investigación

El Campo Mexicano subutiliza gran parte de su capacidad productiva. Hasta mediados de la década de 1960 el campo representó la mayor fuente de riqueza para nuestro país, al ser el sector más dinámico en la economía. Sin embargo, la necesidad de generar un sector industrial fuerte y competitivo en nuestro país llevó a nuestro país a adoptar una política que favoreciera la inversión pública y privada en las actividades industriales y de servicios en los grandes centros urbanos (Aboites, 1989).

⁴¹ Economista Agrícola de FIRA con Posgrado en Ingeniería Económica y Financiera de La Salle Morelia.

⁴² Profesor investigador del Instituto Tecnológico de Morelia

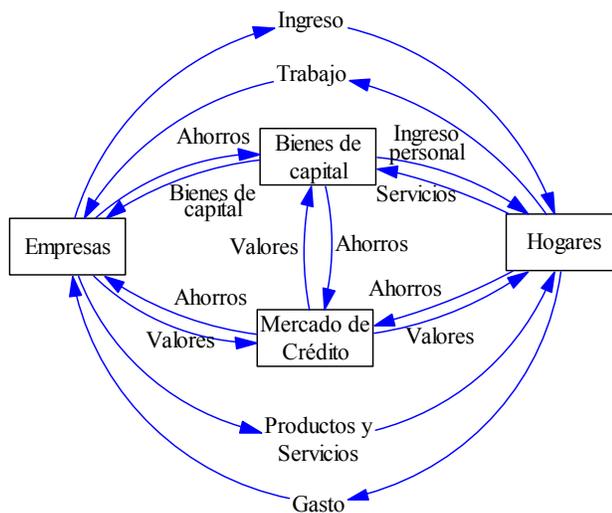
⁴³ Instituto Tecnológico de Morelia

Sin embargo, el proceso de industrialización no se completó impidiendo que la industria se convirtiera en demandante de los productos agropecuarios lo que dio paso a una estructura económica altamente dependiente de bienes finales importados, así como del sector de servicios y el autoempleo (Cypher, 1992). Hoy en día el campo no sólo es el sector de menor participación económica con una participación del 3.8% del PIB, sino que en él vive la mayor proporción de población en condición de pobreza (INEGI).

Pero más allá del origen de la condición actual, es pertinente analizar la condición pasada, actual y futura del campo mexicano a la luz del comportamiento de los flujos de capital al campo toda vez que es el factor determinante de su desarrollo. En este sentido, resalta hecho de que desde inicios la época de los 60's el campo mexicano dejó de recibir los flujos de capital. Lo anterior limitó su capacidad para generar cambios tecnológicos y para crear nueva infraestructura que le permitiera seguir siendo el sector más importante de la economía. Así, al Sector Primario llega cerca del 2% de total del flujo de inversión bruta del país que es el nivel más bajo de América Latina (Combita, 2005). Es decir, elevar la capacidad productiva del campo para revertir la tendencia de desuso en la que se está sumergiendo la actividad agropecuaria, requerirá sin duda de un mayor flujo de capital hacia el campo.

En este contexto, el sector financiero juega un papel central en el sistema económico para canalizar recursos para la capitalización de las empresas. De acuerdo a la teoría económica y la literatura empírica, el sistema financiero por su rol de intermediación financiera cumple un importante papel en la promoción del crecimiento económico.

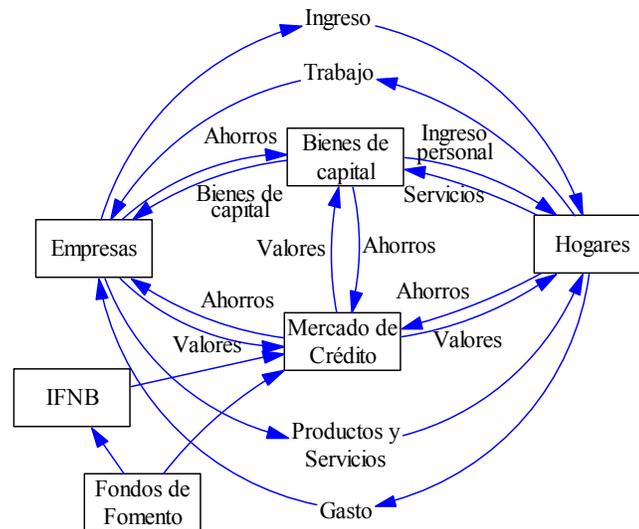
Figura 1. El ciclo de retroalimentación del dinero en el sistema económico



En este sentido, es posible considerar la participación de la banca de desarrollo como un bien público toda vez que la participación de los agentes privados en este tipo de mercados requiere de la generación de conocimiento y esfuerzos por desarrollar instrumentos de administración de riesgo que el mercado por sí mismo no está dispuesto a generar. Asimismo, es de resaltar que los productos de los fondos de fomento al desarrollo se pueden considerar un bien público, toda vez que su consumo

por una persona al momento de obtener un crédito no excluye al consumo de otras personas, además de que el costo de acceso es tal que no excluye a quienes no pueden pagarlo.

Figura 2. El papel de los fondos de fomento económico



En este escenario, a mediados de la presente década las instituciones financieras de desarrollo que canalizan financiamiento al sector rural se vieron obligadas a implantar instrumentos de administración de riesgo. Sin embargo, la crisis financiera mundial ha puesto en evidencia la oportunidad de mejora que presentan las metodologías de calificación crediticia aplicadas hasta antes de 2008. Por lo anterior, se hace necesario analizar y mejorar las herramientas de administración de riesgo que utiliza la banca de desarrollo que atiende al sector rural a fin de que permitan una mejor administración de los factores de riesgo en la canalización de flujos de capital hacia el sector primario.

Enunciado de Investigación

¿Es posible pronosticar el incumplimiento del sector bancario que participa en el financiamiento agropecuario y rural mediante el estudio de su relación con variables financieras, económicas y cualitativas?

Preguntas específicas

1. ¿Cómo se define el riesgo de incumplimiento en el sector financiero rural?
2. ¿Cuáles son los factores de riesgo incumplimiento sectoriales?
3. ¿Cuáles son los factores de riesgo sectorial que afectan de manera general al sector?
4. ¿Es posible desarrollar un modelo de aplicación general para pronosticar el Riesgo del Sector Financiero Rural?
5. ¿Qué tipo de modelo es más sensible a variables sistémicas y coyunturales?

Objetivo general

Desarrollar un modelo matemático con variables de control que permitan calificar el perfil de crédito

de los Intermediarios financieros del sector rural mediante la probabilidad de incumplimiento de compromisos financieros atribuible al sector financiero.

Objetivo específicos

- Definir con claridad el marco conceptual de riesgo de incumplimiento sectorial
- Identificar los factores de riesgo incumplimiento del sector financiero rural.
- Comprobar la aplicabilidad general de los factores de riesgo sectorial.
- Desarrollar un modelo para pronosticar el nivel de riesgo en el sector financiero.
- Evaluar la confiabilidad del modelo desarrollado comparándola respecto a modelos previos

Título	Objetivo General	Enunciado de investigación	Objetivos específicos	Preguntas de Investigación
MODELO PARA EVALUAR EL RIESGO INDUSTRIA DE LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS DEL SECTOR RURAL	Desarrollar un modelo matemático con variables de control que permitan calificar el perfil de crédito de los Intermediarios financieros del sector rural mediante la probabilidad de incumplimiento de compromisos financieros atribuible al sector financiero.	¿Es posible pronosticar el incumplimiento del sector bancario que participa en el financiamiento agropecuario y rural mediante el estudio de su relación con variables financieras, económicas y cualitativas?	Definir con claridad el marco conceptual de riesgo de incumplimiento sectorial	¿Cómo se define el riesgo de incumplimiento en el sector financiero rural?
			Identificar los factores de riesgo incumplimiento del sector financiero rural.	¿Cuáles son los factores de riesgo incumplimiento sectoriales?
			Comprobar la aplicabilidad general de los factores de riesgo sectorial.	¿Cuáles son los factores de riesgo sectorial que afectan de manera general al sector?
			Desarrollar un modelo para pronosticar el nivel de riesgo en el sector financiero.	¿Es posible desarrollar un modelo de aplicación general para pronosticar el Riesgo del Sector Financiero Rural ?
			Evaluar la confiabilidad del modelo desarrollado comparandola respecto a modelos previos	¿Qué tipo de modelo es más sensible a variables sistémicas y coyunturales?

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

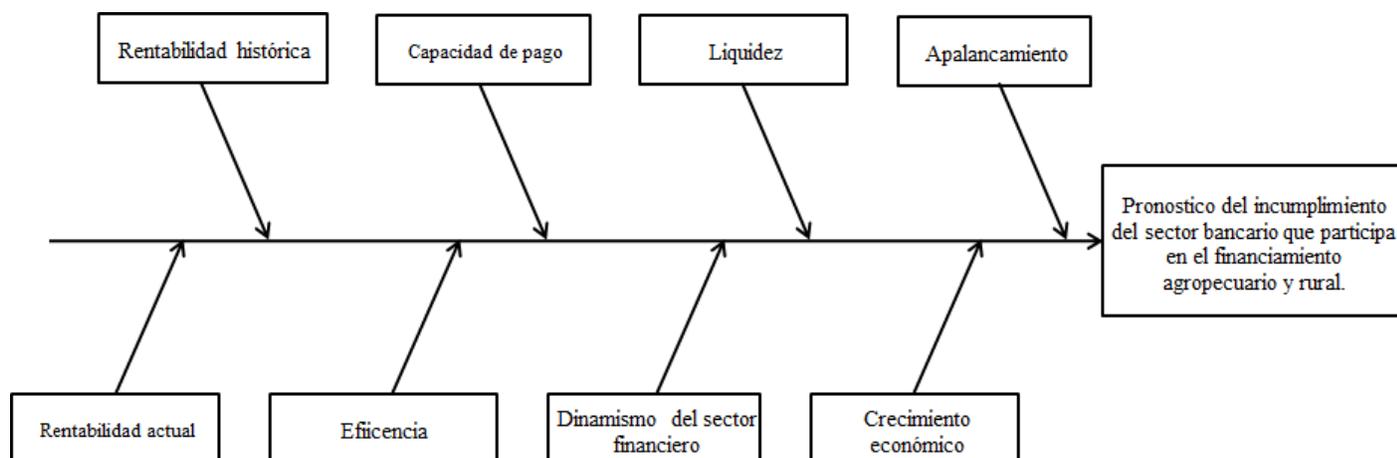
Justificación del estudio

Contar con un modelo de aplicación general para la Calificación de Riesgo de la Industria Financiera es una de las herramientas que coadyuva a la canalización de capital hacia el sector rural, toda vez que da certidumbre sobre el riesgo que corren las instituciones de desarrollo al participar en el fondeo de segundo piso.

Los beneficiarios finales de este tipo de herramientas metodológicas son los pobladores del sector rural que no tengan acceso a instrumentos financieros comerciales formales, los cuales son incentivados a participar en el crédito rural gracias a la participación de la banca de desarrollo.

Los eventos que dieron lugar a la crisis financiera mundial de 2008 evidenciaron la necesidad de revisar las metodologías de calificación de riesgo en este sector. Aunado a lo anterior, los objetivos de FIRA dirigen hacia una creciente participación en el sector financiero rural. Ambas condiciones motivan la aplicación de metodologías que evalúen el riesgo crediticio de la Industria Financiera.

Figura 3. Diagrama sagital de las variables de estudio



Los planteamientos hechos hasta aquí nos permiten esbozar un modelo con base en el utilizado por Eduard Altman aplicado para la evaluación de los índices que diferencian o distinguen entre empresas en quiebra y empresas con salud financiera. En este sentido es importante recordar que este tipo de modelos parten del análisis de indicadores del desempeño financiero de las empresas. Originalmente el análisis financiero tradicional de una empresa utiliza las razones financieras por su capacidad de previsión sobre el desempeño financiero de las empresas. Sin embargo, también es pertinente resaltar que la interpretación de tales razones lleva implícita la percepción basada en creencias subjetivas o análisis empírico, con lo que se prevén valores futuros con base a experiencias anteriores y estas estimaciones resultan ser subjetivas y tienden a diferir de un analista a otro.

En la búsqueda por reducir el sesgo causado por subjetividad, desde hace varias décadas se desarrollaron instrumentos para la previsión de quiebras que utilizan puntajes de calificación con base a estándares comúnmente aceptados. Estos puntajes facilitan el contraste de riesgos que es realizado cotidianamente por analistas crediticios de Instituciones Financieras y también en créditos comerciales otorgados por empresas a clientes y proveedores de productos propios. En estos instrumentos son asignados puntos a varias características del solicitante del crédito, las cuales son relativamente fáciles de identificar dada la familiaridad con que cada agente maneja información financiera de sus contrapartes.

Posteriormente, se desarrollaron modelos estadísticos para el pronóstico de quiebra en las empresas. Estos modelos combinan el análisis probabilístico de los rangos en que se presentan las características financieras asociadas a las quiebras con la asignación de puntajes, por lo que eliminan cualquier sesgo por subjetividad al mismo tiempo que facilitan la comparación de resultados. En este sentido, en 1968 William H. Beaver fue el primero que usó técnicas de estadística de análisis univariado de variables publicadas en los estados financieros para pronosticar el incumplimiento de pago en las empresas. Posteriormente, M. Tamari utilizó un sistema de puntaje, para pronosticar la quiebra de empresas, usando 6 diferentes índices financieros: Razón de endeudamiento, razón del circulante, cobertura de deuda, capacidad financiera, conversión de activos fijos y reposición de capital de trabajo.

Finalmente, en 1983 Eduard Altman empleó el análisis discriminativo múltiple utilizando las razones financieras de Liquidez, Rentabilidad Actual, Rentabilidad histórica, Capacidad de pago y Eficiencia de operación, toda vez que comprobó que son las que miden de manera más efectiva la salud financiera de una empresa. Para calificar el nivel de apalancamiento sectorial, es importante evaluar el impacto de variables sectoriales que midan el dinamismo del sector financiero y el crecimiento

económico.

Figura 2. Diagrama específico de variables

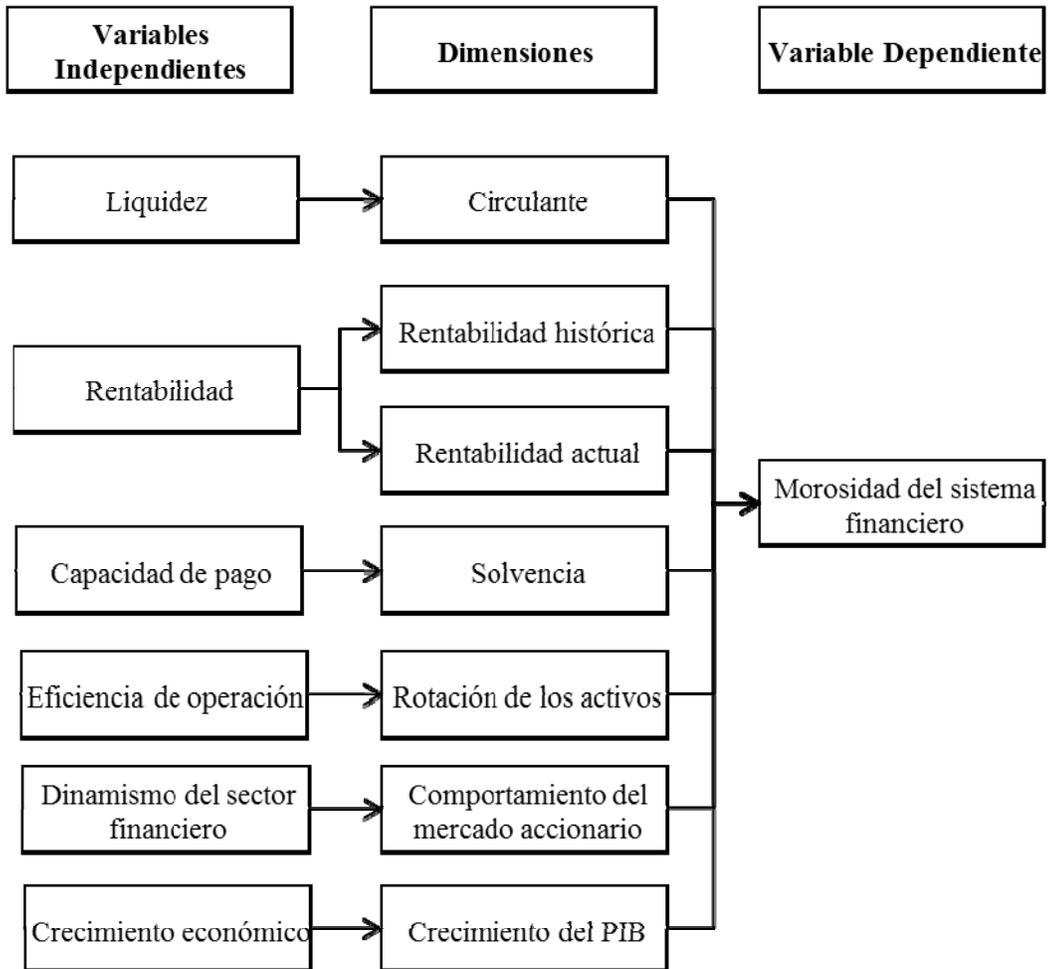


Figura 3. Modelo específico de variables

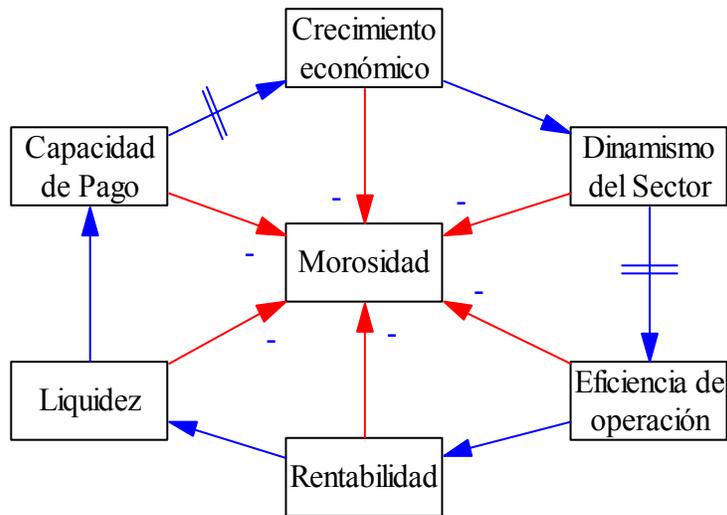


Tabla 2. Operación de Variables

Operacionalización de las variables					
Variable independiente	Definición real	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Item N°
Liquidez	La liquidez mide la capacidad de pago que tiene la empresa, para cumplir con sus obligaciones a corto plazo. Se calcula tomando en cuenta los renglones del activo circulante y del pasivo a corto plazo.	Razón definida por Capital de trabajo / Activo Total resultante del valor acumulado del sistema financiero mexicano.	Circulante	Capital de trabajo	1
				Activo total	2
Rentabilidad	La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla. La rentabilidad mide la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y la utilización de las inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. Dichas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación inteligente, reducción integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades.	Razón definida por las Utilidades retenidas / Activo total resultante del valor acumulado del sistema financiero mexicano.	Rentabilidad Histórica	Utilidades retenidas	3
				Activo total	4
		Razón definida por la Utilidad de operación / Activo total resultante del valor acumulado del sistema financiero mexicano.	Rentabilidad Actual	Utilidad de operación	5
				Activo total	6
Capacidad de pago	Se entiende por Capacidad de pago a la solvencia de la empresa para cumplir sus obligaciones de vencimiento a corto plazo y los recursos con que cuenta para hacer frente a tales obligaciones, o sea una relación entre lo que una empresa tiene y lo que debe.	Razón definida por el Valor de mercado de las acciones / Pasivo total resultante del valor acumulado del sistema financiero mexicano.	Solvencia	Valor de Mercado de las acciones	7
				Pasivo total	8
Eficiencia de operación	La eficiencia de operación se emplea para medir la velocidad o rapidez que tienen algunos rubros para convertirse en ventas o efectivo. Permiten evaluar si las políticas de la empresa se están cumpliendo y compararla contra el mercado (sector o industria).	Razón definida por las Ventas netas / Activo total resultante del valor acumulado del sistema financiero mexicano.	Rotación de los activos	Ventas netas	9
				Activo total	10
Dinamismo del sector financiero	El dinamismo de un sector está determinado por su capacidad para crear valor y puede ser medido mediante el rendimiento del mercado accionario en función de las variaciones de precios de las acciones de las empresas que constituyen el sector.	El IPC consta de una muestra balanceada, ponderada y representativa del conjunto de acciones cotizadas en la Bolsa.	Comportamiento del mercado accionario	IPC	11
Crecimiento económico	El crecimiento económico es la manera en la que se cuantifica el nivel de la actividad económica que experimenta un país en un periodo determinado. Generalmente se lo toma con relación al PIB real, e ingreso per cápita real, y comparándolo entre países.	Habitualmente el crecimiento económico se mide en porcentaje de aumento del Producto Interno Bruto real o PIB.	Crecimiento del PIB	PIB	12

Referencias Teóricas

Quiebra o quebranto de una empresa. De acuerdo con la Ley de Concursos Mercantiles vigente en México, una empresa se declarará en quiebra tras haber transcurrido por el proceso de Concurso Mercantil. Este proceso consta de tres etapas:

1. Declaración de concurso mercantil.
2. Conciliación, que tiene como finalidad la conservación de la empresa mediante un convenio a suscribir con sus acreedores.
3. Quiebra, cuya finalidad es la venta de la empresa, de sus unidades productivas o de sus bienes que la integran para el pago a sus acreedores.

La declaración de concurso mercantil procede cuando se presenta la cesación general de pagos que consiste en el incumplimiento de obligaciones ante dos o más acreedores distintos, de acuerdo con las siguientes condiciones:

- Cuando las obligaciones vencidas tengan por lo menos treinta días de haber vencido y representen al menos 35% de todas las obligaciones a cargo de la empresa a la fecha de la solicitud de concurso, y
- Cuando la empresa no tenga activos suficientes para hacer frente a por lo menos 80% de las obligaciones vencidas a la fecha de la demanda.

Definición de probabilidad del quebranto. De una empresa.- cuando el Valor Presente Neto proyectado se volviera cero o cuando no se cubre la TREMA del Sector.

Riesgo. La palabra riesgo tiene sus raíces en el término latín *riscare* que significa arriesgarse y en el griego *rizha* que significa navegar por un acantilado para alcanzar la costa. Se trata entonces del peligro o amenaza que se enfrenta durante la búsqueda de un fin determinado. Es importante resaltar que en el concepto de amenaza se encuentra implícita la posibilidad o probabilidad de ocurrencia de un peligro.

Riesgo financiero. En finanzas, como la rama de la economía que estudia cómo en una sociedad los individuos resuelven sus necesidades mediante el intercambio de activos y riesgos bajo condiciones de escasez, el estudio de los riesgos posee la categoría de ciencia social empírica y positiva.

Bajo estas condiciones, para la verificación de hipótesis y teorías sobre riesgos financieros "...no es posible recurrir a diseño de investigación experimental, sino que hay que esperar que el paso del tiempo proporcione observaciones suficientes para confirmar o rechazar algún enunciado." (Venegas Martínez, 2009)

Riesgo Sistémico (para algunos autores Sistemático). Riesgo resultado del efecto que tiene el sistema donde se cotiza un activo financiero, sobre el rendimiento de ese activo. Este riesgo no se diversifica. Por su carácter supra individual, se considera equivalente a riesgo de la industria o riesgo sectorial.

Riesgo de Insolvencia del Sistema Financiero Mexicano. El riesgo Sistémico del Sector Financiero se refiere a que los principales intermediarios financieros puedan caer en situación de insolvencia poniendo en riesgo la capacidad de hacer frente a sus obligaciones y poniendo en duda la

capacidad de mantener funcionando el proceso de intermediación financiera. Esta condición tiene un antecedente en la crisis bancaria de 1994 en México.

Crisis Bancaria y Resolución. La vida de la banca reprivatizada fue excesivamente breve antes de que el sistema bancario de México cayera en la que ha sido quizá la crisis más severa que ha sufrido en su historia. De ese periodo hay evidencias de que la privatización generó una competencia muy intensa en todos los segmentos del mercado bancario. Como era de esperarse, esta mayor competencia indujo una disminución en los índices de concentración bancaria al menos en tres ámbitos: captación, cartera de crédito y cartera de valores. Por otro lado, durante esos primeros años de la banca reprivatizada no se observó un cambio importante en la relación promedio de número de empleados por sucursal, indicador que pasó de 36 en 1990 a 34 en 1994.

No ha habido acuerdo entre los expertos sobre las causas que dieron lugar a la muy severa crisis bancaria que estalló durante los primeros meses de 1995. Al menos parcialmente, ese desplome se derivó de la insuficiente solvencia moral de algunos de los compradores de los bancos que se privatizaron. Cabe recordar al respecto, que tres de los bancos que cayeron en problemas –Unión, Cremi y Oriente— fueron intervenidos por la autoridad incluso antes de que tuviera lugar la devaluación que detonó a finales de diciembre de 1994. Con todo, es indudable que la principal causa de daño sobre los bancos provino de los efectos de la crisis de balanza de pagos que dio lugar a la mencionada devaluación cambiaria. Durante ese episodio la cartera de los bancos se debilitó grandemente a raíz del aumento de las tasas de interés y de la imposibilidad que enfrentaron muchos acreditados para poder seguir pagando sus créditos.

La crisis afectó de manera muy importante a todos los bancos del sistema, aunque con intensidades diferentes. Así, varias fueron las acciones aplicadas por las autoridades con el fin de enfrentar la crisis bancaria. En un principio, esas acciones tuvieron la finalidad de resolver problemas de liquidez para concentrarse después en los problemas de solvencia. Respecto a liquidez, el mecanismo más importante fue la apertura por parte del Banco de México de una ventanilla de créditos en dólares, cuya finalidad fue evitar que los bancos incumplieran con el pago de pasivos denominados en moneda extranjera.

En cuanto a la solución de los problemas de solvencia, las autoridades aplicaron programas de cuatro tipos: capitalización temporal para los bancos, intervención de los bancos que se encontraban en situación más delicada para procurar su recuperación, un segundo programa de capitalización y compra de cartera y programas de apoyo para los deudores de la banca.

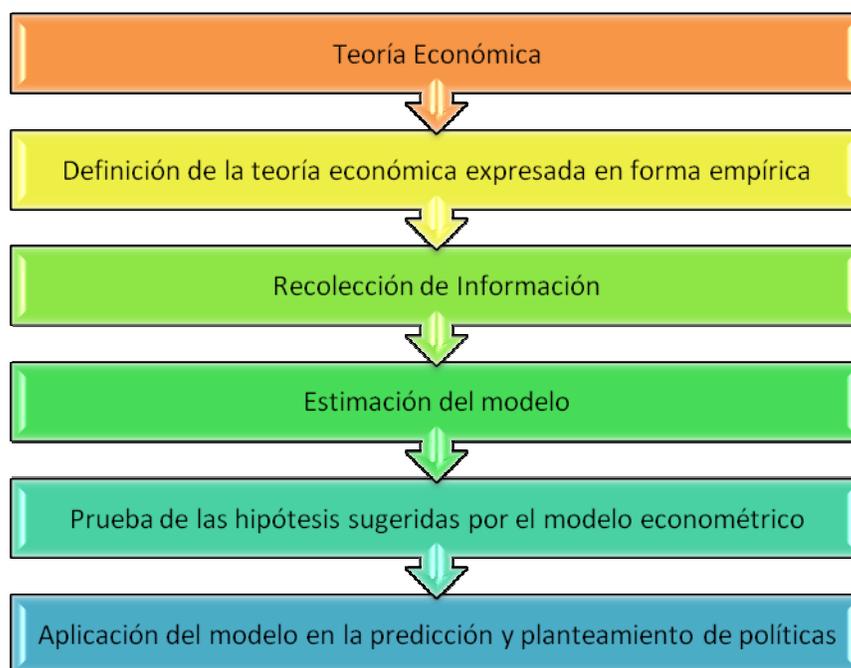
El primer programa mencionado, el de capitalización temporal, respondió a la finalidad de impedir que el capital de algunos bancos medido con respecto a sus pasivos descendiera por debajo del límite mínimo señalado en la ley. Así, para cerrar la brecha de falta de capital se concedieron a varios bancos créditos cuyo saldo alcanzó en total más de 7 mil millones de pesos y que tiempo después se fue pagando de manera gradual. Por su parte, el programa de capitalización con compra de cartera se puso en ejecución durante 1995 y 1996, y los acuerdos correspondientes de compra finalizaron en 1997. El requisito que las autoridades impusieron para que los bancos pudieran participar en este programa fue que en contrapartida por la compra de cartera vencida, los accionistas de los bancos que habían sido apoyados hicieran aportaciones adicionales de capital. Los programas de apoyo para los acreditados de la banca se implantaron en beneficio de los deudores pequeños. El primero de dichos programas se puso en ejecución en abril de 1995 para ayudar a empresas micro, pequeñas y medianas con adeudos bancarios. También se pusieron en ejecución programas de este corte en

beneficio de deudores por vivienda de interés social. Posteriormente, esta política temporal se amplió para incluir a empresas de tipo medio y a deudores del sector agropecuario.

Por último, como ya se ha mencionado, la intervención de los bancos con mayores problemas se inició en 1994. Después de la devaluación de diciembre de 1994, durante 1995 se pusieron bajo intervención gerencial cuatro instituciones más: Banpaís, Banco Obrero, Bancen e Interestatal. En 1996 se intervinieron cuatro bancos más de nueva creación: Sureste, Capital, Pronorte y Anáhuac. Por último, de 1997 a 2001 la Comisión Nacional Bancaria y de Valores acordó la intervención de una institución por cada año: Confía, Industrial, Bancrecer y Quórum. A raíz de esas intervenciones las instituciones en cuestión quedaron saneadas y fueron posteriormente objeto de fusiones.

Modelos Econométricos. Literalmente los modelos econométricos son representaciones de fenómenos económicos basados en la medición de variables cuantitativas sobre las que se aplican de métodos matemáticos y estadísticos. El propósito de estos modelos es proporcionar evidencia empírica que permita validar y afinar las teorías económicas. En este sentido, la econometría se distingue de las matemáticas económicas en que las primeras aportan elementos empíricos que prueben las teorías, mientras que las segundas son sólo aplicaciones matemáticas. De esta manera, antes de cualquier análisis estadístico, la construcción de un modelo

Figura 4. Pasos para la formulación de un modelo econométrico



La expresión formal del modelo básico de regresión lineal, que es el modelo básico en econometría queda formulada como se expresa a continuación:

$$Y = \beta_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + u$$

Dónde:

Y : es la variable endógena o explicada cuyo comportamiento se quiere analizar.

X : cada una de las variables exógenas o explicativas y que son consideradas como las causas que crean transformaciones en la variable endógena.

β : son los parámetros cuyo valor desconozco y voy a estimar. A través de la estimación de los parámetros obtengo una cuantificación de las relaciones existentes entre la Y y cada una de las X .

u : perturbación aleatoria que recoge el efecto conjunto de otras variables no directamente explicitadas en el modelo, cuyo efecto individual sobre la endógena no resulta relevante.

Supuestos de la econometría.

1.- La varianza del error es finita⁴⁴, por lo tanto se puede decir que es constante. Para realizar la prueba: en la pantalla de ecuación, **view-residual-heteroskedasticity test-white**. (también está disponible la prueba **arch test**, si se rechaza la hipótesis nula entonces se dice que estamos en presencia de heteroscedasticidad o que tenemos efectos garch).⁴⁵

2.- Los errores son independientes a través del tiempo⁴⁶ (no están correlacionados)⁴⁷. La covarianza del error entre el tiempo i y j en cero (cuando i y j son distintos) Durbin-Watson cercado a 2 (de un rango posible entre 0 y 4). Solo relaciona la serie en t y la serie en $t-1$ (la prueba Breusch-Goldfrey es más robusta, ya que permite correlacionar el error t con el error en $t-n$).

3.- La esperanza del error es cero. Para probarlo formalmente se corre una regresión de la variable dependiente contra una constante (**dltc c**), si la probabilidad (del parámetro) es mayor a 0.05 entonces no se rechaza la hipótesis nula (que la esperanza del error es cero).

4.- La covarianza entre el error y la variable independiente es cero. Se selecciona el icono de errores y de una variable independiente, se abren como grupo, **view-covarianza análisis-**seleccionar **covariance, t-stat, y p-value**.

5.- La distribución del error se aproxima a una normal. (normalidad)
Se aplica la prueba de Jarque-Bera (en la pantalla de los resultados de la regresión **view-residual test-histogram and normality test**).

Modelos de Vectores Autorregresivos.

⁴⁴ Ho. La serie es homoscedastica

⁴⁵ No se puede ver a simple vista en un gráfico

⁴⁶ Ho. No hay autocorrelación

⁴⁷ Autocorrelación.

La técnica VAR ofrece la posibilidad de analizar las interrelaciones dinámicas existentes entre un conjunto de variables, lo que le confiere mayores posibilidades para analizar y contrastar modelos teóricos.

Como puso de manifiesto Sims (1980), el interés de estimar un modelo VAR también reside en el tipo de información que se deriva del sistema de ecuaciones que se estima. Por ejemplo, a partir de las funciones impulso- respuesta se puede analizar el signo, la intensidad, el “timing” y la persistencia que cada una de las innovaciones estocásticas tienen sobre las variables del modelo. Otro elemento básico del análisis VAR lo constituye la Descomposición de la Varianza del Error de Predicción, a partir de la cual se puede estudiar el peso relativo de cada perturbación en la variabilidad temporal de las variables endógenas del modelo.

Los modelos autorregresivos (AR) pueden describirse, de una forma general, como aquéllos en los que una variable se explica, al menos en parte, en función de sus valores pasados. Por su parte, los modelos de vectores autorregresivos (VAR) pueden plantearse como una generalización de los modelos AR al caso de un vector de n variables y_t . Estos modelos han cobrado una gran importancia en las últimas décadas en el campo de la econometría y la economía⁴⁸. Se ha demostrado que modelos sencillos de este tipo, con un pequeño número de variables y parámetros, compiten, incluso con ventaja, en su capacidad de predicción y simulación frente a los grandes modelos macroeconómicos que, incluyendo cientos de variables y parámetros, se habían desarrollado en los años cincuenta y sesenta.

Los modelos VAR son modelos que relacionan entre sí varias variables (n variables), y en los que el valor que toma cada una de ellas en un período de tiempo se relaciona con los valores que toma esa misma variable y todas las demás variables en períodos anteriores. Dicho modelo se puede formular como:

$$y_t = \Phi_1 y_{t-1} + \Phi_2 y_{t-2} + \dots + \Phi_p y_{t-p} + c + \varepsilon_t$$

Donde $y_t, y_{t-1}, \dots, y_{t-p}$ son los vectores ($n \times 1$) que contienen los valores de las variables en los períodos $t, t-1, \dots, t-p$; $\Phi_1, \Phi_2, \dots, \Phi_p$ son matrices ($n \times n$) que contienen los parámetros del modelo, los cuales pueden estimarse; c es el vector ($n \times 1$) de constantes, que igualmente pueden estimarse; y ε_t es un vector ($n \times 1$) de perturbaciones aleatorias, también denominadas innovaciones, denominación que denota que éstas contienen la única información nueva que aparece en el período t en relación a la ya disponible en los períodos anteriores.

Modelos de series de tiempo. Una serie de tiempo es una colección de datos que se obtienen en periodos regulares con el transcurso del tiempo, que permiten observar el comportamiento de la variable en función del tiempo con fines de pronóstico. Se parte del supuesto de que el comportamiento anterior se repite en el tiempo... considerando que las variables que influyeron en el pasado seguirán influyendo en el futuro.

Una suposición importante que guarda la metodología del análisis de las series de tiempo es que los factores que han influido en la serie en el presente y en el pasado, lo seguirán haciendo más o menos en la misma forma en el futuro. Es por esos que los objetivos del análisis de las series de tiempo será aislar las componentes influyentes para fines de predicción (pronóstico), así como para la planeación y control por parte de los ejecutivos.

⁴⁸ La metodología de los vectores autorregresivos (AR, VAR y SVAR) puede consultarse, por ejemplo, en el manual de Hamilton (1994).

Modelos de Panel. Modelos que se formulan cuando se cuenta con datos en grandes cantidades de unidades de sección cruzada. Es decir, en los casos en los que el número de individuos u observaciones transversales ($i = 1, \dots, N$) es relativamente elevado, especialmente si se les compara con los periodos temporales de los que se dispone ($t = 1, \dots, T$).

La formulación matemática de este tipo de modelos es la siguiente:

$$Y_i = \beta_1 + \beta_2 X_{2it} + \dots + \beta_k X_{kit} + u_i$$

Dónde:

Y : es la variable endógena o explicada cuyo comportamiento se quiere analizar.

X : cada una de las variables exógenas o explicativas y que son consideradas como las causas que crean transformaciones en la variable endógena.

β : son los parámetros cuyo valor desconozco y voy a estimar. A través de la estimación de los parámetros obtengo una cuantificación de las relaciones existentes entre la Y y cada una de las X .

u : perturbación aleatoria que recoge el efecto conjunto de otras variables no directamente explicitadas en el modelo, cuyo efecto individual sobre la endógena no resulta relevante.

i : es el subíndice que hace referencia a las diversas observaciones para las cuales se establece su validez. Según el tipo de valores con los que esté trabajando, el subíndice hará referencia a distintos momentos del tiempo (series temporales: las cotizaciones en bolsa diarias, los índices de predio al consumo mensuales, los datos anuales del PIB de un país, etc.) o a distintas unidades económicas (series de corte transversal: consumo de diferentes familias, inversión de distintas empresas, paro en diferentes provincias, etc.).

Es importante señalar, que resulta común enfrentarse a paneles incompletos en los que para algunos individuos se tiene un mayor número de observaciones temporales consecutivas que para otros (que se “pierden”, “salen” o “mueren”). Siempre que esas diferencias tengan un origen aleatorio las técnicas de estimación Modelos de Efectos Fijos (FE) y Efectos Aleatorios (RE) siguen siendo generalmente válidos. Además, implícito en la definición y el empleo de un panel de datos se encuentra la consideración de que los individuos (las empresas, los hogares, los países, etc.) son intrínsecamente diferentes entre sí.

No obstante, la principal ventaja del empleo de datos de panel no es tanto el estimar o documentar estas diferencias sino la posibilidad de controlar la heterogeneidad inobservable de los individuos. Por ejemplo, al analizar algunos problemas de naturaleza intertemporal la consideración de efectos (inobservables) temporales y/o de variación lenta puede resultar particularmente interesante. Por ejemplo en modelos de crecimiento endógeno estos factores pueden jugar un papel fundamental a la hora de analizar los diferenciales de crecimiento entre los países.

De forma similar, en una ecuación de salarios parece lógico considerar una variable explicativa que haga referencia a las “habilidades” o la “destreza” que tengan los individuos. Un caso análogo se plantearía en la estimación de funciones de producción tipo Cobb–Douglas en las que la variable dependiente es el logaritmo de la producción y las dependientes el logaritmo del capital, el logaritmo del trabajo y la (inobservable) “habilidad de los gestores”. O en el caso de agricultura la fertilidad del suelo. (Berndt, 1991) (Sancho, 2010).

Modelo Z-Score y análisis discriminantes. El modelo Z-Score de es una función lineal de razones financieras que se utiliza para asentar la calificación crediticia de una empresa.

El Modelo ZETA Score que mide el Riesgo de Crédito fue desarrollado en 1977 por Altman, Haldeman y Narayanan, constituye un modelo de segunda generación con varias mejoras respecto al enfoque original de Z-score de 1966.

El modelo utiliza la técnica de análisis discriminante para identificar el grupo al que pertenece cada empresa por su salud financiera determinada por los niveles de liquidez, rentabilidad histórica, rentabilidad actual, solvencia y rotación de los activos.

La función Z, proporciona un pronóstico sobre la vulnerabilidad de una empresa.

$$Z = a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_nx_n$$

Donde,

Z = Calificación discriminante

($a_1, a_2, a_3, \dots, a_n$) = Coeficientes discriminantes (ponderaciones)

($x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$) = Variables discriminantes (razones financieras)

Z = Índice general de salud financiera.

X1 = Liquidez: Capital de trabajo / Activos totales.

x2 = Rentabilidad histórica: Utilidades Retenidas / Activos totales.

x3 = Rentabilidad actual: EBIT⁴⁹ / Activos totales.

x4 = Solvencia: Valor de mercado de las acciones / Pasivos totales⁵⁰.

x5 = Rotación de los activos: Ventas / Activos totales.

La técnica de análisis discriminante permite clasificar individuos en grupos determinados por una variable dependiente conocida como variable predictiva, mediante el análisis de distintas variables causales o discriminantes las cuales deben ser variables cuantitativas continuas o, al menos, admitir un tratamiento numérico con significado.

El objetivo último del análisis discriminante es encontrar la combinación lineal de las variables independientes que mejor permite diferenciar (discriminar) a los grupos. Una vez encontrada esa combinación (la función discriminante) podrá ser utilizada para clasificar nuevos casos. Se trata de una técnica de análisis multivariante que es capaz de aprovechar las relaciones existentes entre una gran cantidad de variables independientes para maximizar la capacidad de discriminación.

El análisis discriminante es conceptualmente muy similar al análisis de varianza multivariante de un factor. Su propósito es el mismo que el del análisis de regresión logística, pero a diferencia de él, sólo admite variables cuantitativas. Si alguna de las variables independientes es categórica, es preferible utilizar la regresión logística.

De esta manera, Altman propone la técnica del análisis discriminante para atribuir riesgos crediticios y en las compañías aseguradoras para predecir la siniestralidad. (Altman & Hotchkis, 2006)

El caso de dos grupos.

⁴⁹ EBIT son las siglas en inglés de utilidad de operación antes de Intereses e Impuestos.

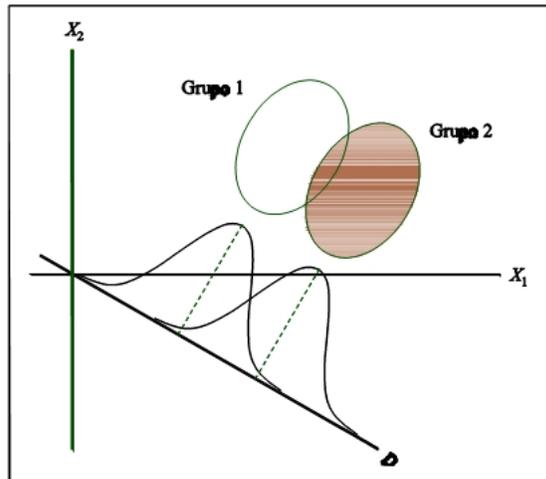
⁵⁰ En empresas que no cotizan en bolsa se sustituye este indicador por el valor en libros de las acciones.

Según se ha señalado, el análisis discriminante permite diferenciar entre cualquier número de grupos. Sin embargo, por simplicidad, comenzaremos con el caso de dos grupos, para ampliar posteriormente el razonamiento al caso de k grupos.

En la figura 2.1 están representadas, en el espacio bivalente definido por las variables X_1 y X_2 , las nubes de puntos correspondientes a dos grupos hipotéticos. Los dos grupos representados se diferencian entre sí en ambas variables, pero no por completo, pues, de hecho, se solapan en una pequeña región situada entre ambos.

En la figura 2.1 también está representada la función D, que es una combinación lineal de ambas variables. Sobre la función D se representa la proyección de las dos nubes de puntos en forma de histograma, como si la función D cortara a las dos nubes de puntos en la dirección de su eje. Las dos líneas punteadas de cada uno de los histogramas representan la ubicación proyectada de los puntos medios de cada grupo (los centroides).

Figura 5. Diagramas de dispersión de dos grupos en dos variables de clasificación.



El propósito del análisis discriminante consiste en aprovechar la información contenida en las variables independientes para crear una función D combinación lineal de X_1 y X_2 capaz de diferenciar lo más posible a ambos grupos. La función discriminante es de la forma:

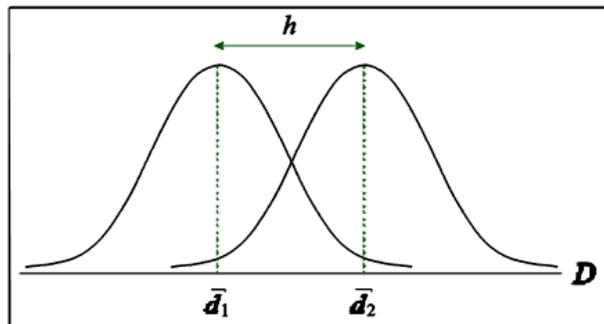
Donde b_1 y b_2 son las ponderaciones de las variables independientes que consiguen hacer que los sujetos de uno de los grupos obtengan puntuaciones máximas en D, y los sujetos del otro grupo puntuaciones mínimas.

$$D = b_1X_1 + b_2X_2$$

Una vez hallada la función discriminante D, carece de sentido intentar representar la situación de los grupos en el espacio definido por las variables X_1 y X_2 . Conviene más bien centrar el interés en la representación de la función discriminante, que es unidimensional. La representación en p dimensiones resulta complicada cuando p es mayor de 2 y añade poco o nada a la interpretación de la función. En la figura 23.2 está representada sólo la función discriminante D extraída del espacio de las

variables X_1 y X_2 . Los grupos aparecen representados por sus histogramas y las proyecciones de los centroides aparecen marcadas por líneas de puntos.

Figura 6. Histogramas de cada grupo y centroides representados sobre la función discriminante



Sustituyendo en la función discriminante el valor de las medias del grupo 1 en las variables X_1 y X_2 , obtenemos el centroide del grupo 1:

$$\bar{d}_1 = b_1 X_1^{(1)} + b_2 X_2^{(1)}$$

De igual modo, sustituyendo las medias del grupo 2, obtenemos el centroide del grupo 2:

$$\bar{d}_2 = b_1 X_1^{(2)} + b_2 X_2^{(2)}$$

La función D debe ser tal que la distancia d entre los dos centroides sea máxima, consiguiendo de esta forma que los grupos estén lo más distantes posible. Podemos expresar esta distancia de la siguiente manera:

$$h = \bar{d}_1 - \bar{d}_2$$

Dónde \bar{d}_1 y \bar{d}_2 son las medias del grupo 1 y del grupo 2 en la función D .

Como puede observarse en la figura 23.1, se desea reducir la dimensionalidad de las p variables independientes a una sola dimensión (la de la combinación lineal D) en la que los grupos se diferencien lo más posible. Las puntuaciones de los sujetos en esa nueva dimensión (denominadas puntuaciones discriminantes) serán las que nos permitan llevar a cabo la clasificación de los sujetos.

Es importante señalar que los grupos deben diferenciarse de antemano en las variables independientes. El análisis busca diferenciar los dos grupos al máximo combinando las variables independientes pero si los grupos no difieren en las variables independientes, el análisis será infructuoso: no podrá encontrar una dimensión en la que los grupos difieran. Dicho de otro modo, si el solapamiento entre los casos de ambos grupos es excesivo, los centroides se encontrarán en la

misma o parecida ubicación en el espacio p-dimensional y, en esas condiciones, no será posible encontrar una función discriminante útil para la clasificación. Es decir, si los centroides están muy próximos, las medias de los grupos en la función discriminante serán tan parecidas (o sea, el valor de d será tan pequeño) que no será posible distinguir a los sujetos de uno y otro grupo.

Los supuestos del análisis son los mismos que los del análisis de regresión múltiple. En especial, debe cumplirse que la distribución de las variables independientes sea normal.

Modelos de Migración. Existen distintas agencias calificadoras del riesgo de incumplimiento que a través de una recopilación de información, financiera y económica, de empresas o países estiman la probabilidad de incumplimiento. Entre las agencias calificadoras más conocidas se encuentran Standard & Poor's, Moody's y Fitch. Estas agencias asignan una calificación del crédito o grado a las empresas como indicador de su solvencia. (de Lara Haro, 2007)

Las agencias calificadoras de crédito, en forma independiente, reúnen información sobre las empresas individuales y las califican o recalifican de acuerdo con criterios específicos. Un cambio de calificación en una empresa se conoce como una migración de crédito y tiene, por supuesto, un efecto importante en los precios de los bonos colocados por la empresa calificada. Así, una migración hacia una calificación más baja disminuirá el precio y por lo tanto su rendimiento. Es por esto que, la migración de una empresa hacia una categoría crediticia distinta tiene efectos sobre los precios de sus bonos.

Las 5 etapas que llevan a la quiebra. Investigación sobre la quiebra de las empresas en las últimas 2 crisis financieras estadounidenses en la que se identifica que, independientemente del tamaño de una empresa y su posición de liderazgo, las empresas pasan por 5 etapas de crecimiento por lo que es posible prever la quiebra de cualquier empresa.

Las etapas son: 1) Inicio orgullosamente exitoso; 2) Persecución indiscriminada del crecimiento; 3) Negación del riesgo y la pérdida inminente; 4) Aferrarse a la salvación; y 5) Rendición a la desaparición.

La evidencia empírica indica que las variables cuantitativas y cualitativas características de cada etapa pueden estar relacionadas con el quebranto de las empresas y que su administración puede no sólo prevenir la caída sino retomar nuevas fases de crecimiento sostenido.

Resultados y conclusiones

a) Variables macroeconómicas. De Servigny y Renault (2004) afirman que las variables macroeconómicas son importantes para explicar la probabilidad de incumplimiento. Entre mejor sea el desempeño de la economía en su conjunto, el sector financiero tendrá un mejor crecimiento y por ende existirá una menor probabilidad de incumplimiento.

De Servigny y Renault (2004) también afirman que el usuario deberá escoger y probar estadísticamente las variables macroeconómicas a usar que expliquen la probabilidad de incumplimiento del sector.

En este sentido, las variables macroeconómicas que se probaron en el modelo fueron:

- i) Tasa de Interés: Se tomaron los datos de la Tasa de Interés Interbancario de Equilibrio (TIIE) publicados por Banco de México. Las series que se probaron estadísticamente en el modelo fueron:
 - (a) Nivel de la tasa de interés en el periodo evaluado (serie contemporánea).
 - (b) La serie del nivel de la TIIE con un periodo de rezago.
 - (c) La serie del nivel de la TIIE con dos periodos de rezago.
 - (d) Serie de variación nominal de la TIIE de un periodo a otro.
- ii) Crecimiento Económico: Se consideró la serie de datos del Producto Interno Bruto (PIB) total trimestral publicado por INEGI, medido en miles de pesos a precios corrientes. En el modelo se probaron las siguientes variables:
 - (a) Nivel del PIB total nacional en el periodo evaluado (serie contemporánea).
 - (b) La serie de valor nominal del PIB con un periodo de rezago.
 - (c) La serie de valor nominal del PIB con dos periodos de rezago.
 - (d) Serie de variación porcentual anual del PIB.
- iii) PIB de Servicios Financieros: Se consideró la serie de datos del Producto Interno Bruto (PIB) trimestral de Servicios financieros, seguros, actividades inmobiliarias y de alquiler, publicado por INEGI, medido en miles de pesos a precios corrientes. En el modelo se probaron:
- iv) Inflación: Como indicador de la inflación se tomó en cuenta el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC), mismo que publica periódicamente Banxico.
 - (a) Nivel del INPC en el periodo evaluado (serie contemporánea).
 - (b) La serie de valor del INPC con un periodo de rezago.
 - (c) La serie de valor del INPC con dos periodos de rezago.
 - (d) Serie de variación nominal del INPC de un periodo a otro.
- v) Tipo de Cambio (TC): Para cada periodo analizado se consideró la cotización promedio del Tipo de Cambio Pesos por Dólar Estadounidense publicado por Banxico. Las series probadas en el modelo fueron:
 - (a) Nivel del TC en el periodo evaluado (serie contemporánea).
 - (b) La serie del TC con un periodo de rezago.
 - (c) La serie del TC con dos periodos de rezago.
 - (d) Serie de variación nominal del TC de un periodo a otro.
- vi) Índice Global de la Actividad Económica (IGAE): Con la finalidad de contar con un indicador de que midiera la actividad económica del país con datos mensuales, se consideró en el modelo este Índice.
- vii) Reservas Internacionales: Como una medida de estabilidad económica se analizó la relación de las reservas internacionales con la probabilidad de incumplimiento de la industria financiera. Los saldos de esta serie están expresados en millones de dólares, mismos que son publicados por Banxico.

b) Posteriormente, se analizaron los factores financieros a nivel sectorial que influyen en la solidez financiera de los intermediarios que participan en el sector. Se analizaron principalmente razones de rentabilidad y eficiencia.

- (i) Razón Cartera Vigente-Activo (CA) = $(\text{Total de Cartera Vigente} / \text{Activos Totales}) * 100$
- (ii) Rendimiento Sobre Activos (ROA) = $(\text{Resultado Neto Anualizado} / \text{Activos Totales}) * 100$
- (iii) Rendimiento Sobre Capital (ROE) = $(\text{Resultado Neto Anualizado} / \text{Capital Contable}) * 100$
- (iv) Razón de Solvencia (AP) = $(\text{Total de Activos} / \text{Total de Pasivos})$
- (v) Margen Financiero (IIGI) = $(\text{Ingresos por Intereses} / \text{Egresos por Intereses}) * 100$
- (vi) Eficiencia Operativa (EO) = $(\text{Gastos de Administración} / \text{Activos Totales}) * 100$

- (vii) Razón de eficiencia = $(\text{Gastos de Administración} / (\text{Margen Financiero} + \text{Ingresos no Financieros})) * 100$
- (viii) Margen de Interés Neto (MIN) = $((\text{Ingreso Financieros} - \text{Egresos Financieros}) / \text{Activos Productivos Promedio})$
- (ix) Cartera Vigente
- (x) Cartera Vencida
- (xi) Índice de Cobertura de Cartera Vencida (ICCV) = $(\text{Estimación Preventiva para Riesgos Crediticios} / \text{Cartera de Crédito Vencida})$
- (xii) Razón de Liquidez (LIQ) = $(\text{Activo Circulante} / \text{Pasivo Circulante})$
- (xiii) Margen de Utilidad = $(\text{Resultado Neto} / \text{Ingresos por Intereses})$
- (xiv) Resultado Neto (del Estado de Resultados)
- (xv) Razón de Apalancamiento (APAL) = $(\text{Pasivo Total} / \text{Capital Contable})$
- (xvi) Margen Bruto de Operación (MBO) = $(\text{Resultado de operación} / \text{Ingreso (egreso) Neto de Operación})$

De acuerdo con los resultados obtenidos, existen relaciones de largo plazo entre el desempeño de la economía y la morosidad del sistema financiero rural en México.

Aplicando la técnica de modelos discriminantes, es posible delimitar grupos de instituciones por su nivel de morosidad. Sin embargo, las variables de discriminación se modifican dependiendo del momento en que se encuentre el ciclo económico.

Toda vez que el ciclo económico también es determinando por el nivel de morosidad de los bancos, se identifican cadenas de causales que en el tiempo presentan relaciones de retroalimentación. En la medida que se presentan ciclos de retroalimentación positiva el crecimiento económico genera una mayor necesidad de financiamiento.

Al alcanzar los límites de crecimiento del sistema económico, se presentan ciclos de ajuste. En estos ciclos de ajuste o de retroalimentación negativa, el sistema financiero presenta incrementos en su tasa de morosidad.

Una vez iniciado el ciclo de incremento de la morosidad, los indicadores de eficiencia son más significativos para segmentar los niveles de posibilidades de incumplimiento del sector. Así, en la medida que el sistema financiero ajusta sus indicadores de eficiencia menor es el riesgo de incumplimiento.

Bibliografía

- Aboites, J. (1989). Industrialización y desarrollo agrícola en México. En J. Aboites. Distrito Federal: Plaza y Valdes Editores y Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.
- Altman, E. I., & Hotchkis, E. (2006). Corporate Financial Distress and Bankruptcy. Hoboken, U.S.: John Wiley & Sons.
- Berndt, E. R. (1991). The Practice of Econometrics: Classic and Contemporary. London: Addison-Wesley.
- Collins, J. (2009). How the Mighty Fal, and why some companies never give in. New York, US: HarperCollins Publishers.
- Combita, G. (2005). La estrategia del sector líder y la inversión extranjera directa: Una Alternativa al Desarrollo Productivo de América Latina. Medellín, Colombia: Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, Universidad Central de Colombia.

- Comisión Bancaria y de Valores. (2 de Diciembre de 2005). Circular Única de Bancos. Recuperado el 16 de Agosto de 2010, de CNBV: http://www.cnbv.gob.mx/circularesbancarias.asp?circ_id=14
- Cypher, J. M. (1992). Estado y Capital en México, Política de desarrollo desde 1940. Distrito Federal: Siglo Veintiuno.
- de Lara Haro, A. (2007). Medición y Control de Riesgos Financieros. Limusa.
- De Servigny, A., & Renault, O. (2004). Measuring and Managing Credit Risk. New York, U.S.: McGraw-Hill.
- INEGI. (s.f.). Banco de Información Económica. Recuperado el 22 de Agostos de 2010, de Cuentas nacionales: <http://dgcnesyp.inegi.org.mx/cgi-win/bdieintsi.exe/CONTN>
- Johnson, C. A. (Marzo 2000). METODOS DE EVALUACION DEL RIESGO PARA PORTAFOLIOS DE INVERSION. Santiago de Chile, Chile: Banco Central de Chile.
- Maddala, G. S. (2005). Introduction to Econometrics. West Sussex, England: Wiley.
- Sancho, A. (2010). Econometría de Económicas.
- Spoerer, M. (25 de enero de 2008). The Laspeyres-Paradox: tax overshifting in nineteenth century Prussia.
- Venegas Martínez, F. (2009). Riesgos Financieros y Económicos, Productos derivados y decisiones económicas bajo incertidumbre. Distrito Federal: CENGAGE Learning.

MODELADO PARA LOS MERCADOS FINANCIEROS

Fernando Avila Carreón favila_68@yahoo.com.mx Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Joel Arturo Rodríguez Ceballos Instituto Tecnológico de Morelia

Resumen:

Se considera un modelo simple de fijación de precios de activos con dos tipos de operadores con aprendizaje adaptativo, los operadores fundamentalistas y los técnicos. Los operadores actualizan sus creencias de acuerdo con el rendimiento anterior y las condiciones del mercado. El modelo genera fluctuaciones de precio endógenas y capta algunos hechos estilizados observados en datos de rendimientos reales.

Palabras clave: Creencias no lineales, rendimientos, mercado financiero.

Abstract

We consider a simple asset pricing model with two types of adaptively learning traders, fundamentalists and technical traders. Traders update their beliefs according to past performance and to market conditions. The model generates endogenous price fluctuations and captures some stylized facts observed in real returns data.

Key words: Nonlinear beliefs, returns, financial market.

1 Introducción

Los modelos tradicionales de las finanzas descansan en los supuestos de mercados informativamente eficientes (hipótesis del mercado eficiente, EMH) y agentes racionales que tienen información simétrica, preferencias idénticas (homogéneas) y construyen sus expectativas sobre toda la información disponible (hipótesis de expectativas racionales). En un mundo con expectativas racionales y mercados eficientes todo es impulsado por choques sin correlación e imprevistos (shocks tecnológicos, preferencias cambiantes, etc.). Sin embargo, estos modelos no explican muchos de los llamados hechos estilizados observados en series de tiempo financieras, por ejemplo, el exceso de volatilidad, colas gruesas en la distribución de la rentabilidad de las acciones, y agrupamiento de la volatilidad (es decir, altas/pequeñas variaciones de precios principalmente seguido por altos/pequeños cambios de precio). A pesar de que el rendimiento de los activos contiene poca correlación serial (lo cual es consistente con la forma débil de la EMH) los rendimientos se correlacionan entre sí mucho más en términos absolutos o de cuadrado. Estos hechos indican que los precios en los mercados financieros no están determinados únicamente por fundamentos económicos. Los mercados parecen tener dinámica interna propia y la influencia de la psicología del mercado y del “espíritu animal” de los inversionistas.

En las últimas décadas se han introducido un número creciente de modelos con agentes heterogéneos y de racionalidad limitada. Estos modelos suelen distinguir entre dos tipos de operadores, los fundamentalistas, que creen que los precios se determinan por los fundamentos económicos, y los “gráficos”, que creen que los precios pueden ser previsto por las normas del comercio simple basada en las pautas de precios en el pasado reciente.

Brock y Hommes [BH1] han introducido el concepto de sistemas de creencia adaptativa. Los agentes adaptan sus predicciones mediante la elección entre un número finito de predictores (creencias, expectativas), que son funciones de la información del pasado. Basado en una medida de rendimiento asociada a cada indicador, que está disponible públicamente, los agentes hacen una elección racional entre los predictores. Esto nos lleva a la llamada dinámica adaptativa de equilibrio racional, una dinámica evolutiva no lineal **través de creencias que compiten o estrategias de inversión**, junto a la dinámica de las variables endógenas. En este artículo se hace una pequeña modificación a lo aplicado de este concepto a un modelo de valoración de activos simple, atendiendo la influencia de diferentes medidas de rendimiento. En la sección 2 se introduce el modelo.

2 El Modelo

Nuestro sistema de creencias adaptativo se basa en un modelo de fijación de precios de activos extendida a *creencias* heterogéneas. Los agentes pueden invertir en un activo libre de riesgo, que es ofertado de forma perfectamente elástica con tasa de rendimiento bruta R , o en un activo de riesgo con precio p_t por acción (ex-dividendo), que paga un dividendo estocástico y_t en el tiempo t . Se supone que los agentes son maximizadores de media-varianza, por lo que la demanda $z_{j,t}$ del operador tipo j para el activo de riesgo satisface

$$\max_{z_{j,t}} \left\{ E_{j,t}(W_{j,t+1}) - \frac{a_j}{2} V_{j,t}(W_{j,t+1}) \right\}, \quad (1)$$

donde

$$W_{j,t+1} = RW_{j,t} + R_{t+1}z_{j,t}$$

describe la dinámica de la riqueza, siendo

$$R_t = p_t + y_t - Rp_{t-1}$$

el exceso de rendimiento por acción; $E_{j,t}$ y $V_{j,t}$ denotan las *creencias* o las predicciones del operador tipo i sobre la esperanza condicional E_t y la varianza condicional V_t , basadas en una información pública establecida como los precios anteriores y los dividendos, y $a_j > 0$ son los parámetros de aversión al riesgo.

Suponiendo que las creencias acerca de las varianzas condicionales son constantes, $V_{j,t} \equiv \sigma^2$, la demanda para los activos de riesgo está dada por

$$z_{j,t} = \frac{E_{j,t}(R_{t+1})}{\sigma^2 a_j}. \quad (2)$$

Sean z_{st} y $n_{j,t}$ la oferta de acciones en circulación de los activos de riesgo por inversionista y la fracción del operador tipo j , respectivamente. El equilibrio de la oferta y la demanda conduce a

$$\sum_j n_{j,t} z_{j,t} = z_{st} \quad (3)$$

Nos centramos en el caso especial de oferta cero de las acciones en circulación, $z_{st} \equiv 0$. Adicionalmente supondremos que los dividendos siguen un proceso independiente e idénticamente distribuido (IID) con media constante

$$E_t(y_t + 1) \equiv E(y_t) \equiv \bar{y}$$

y que los operadores tienen creencias homogéneas sobre los dividendos futuros

$$E_{j,t}(y_t + 1) = E_t(y_t + 1) = \bar{y}.$$

Por lo tanto, la ecuación de equilibrio de mercado (3) se puede reescribir como

$$Rp_t = \sum_j n_{j,t} E_{j,t}(p_{t+1}) + \bar{y} \quad (4)$$

El equilibrio del mercado por lo tanto afirma que el precio de los activos de riesgo es igual a la suma descontada del precio esperado futuro y los dividendos esperados futuros, promediado sobre todos los tipos de operador.

Consideremos primero el caso especial donde los operadores tienen expectativas homogéneas racionales, es decir,

$$E_{j,t}(p_t + 1) = E_t(p_t + 1)$$

para todo h . Esto nos permite definir una "solución fundamental" de referencia (precio fundamental de expectativas racionales EMH)

$$p^* = \sum_{k=1}^{\infty} \frac{\bar{y}}{R^k} = \frac{\bar{y}}{R-1}. \quad (5)$$

Tengamos en cuenta que en el caso de homogeneidad de las expectativas racionales (5) es la única solución de (4) que satisface la condición de transversalidad

$$\lim_{t \rightarrow \infty} \frac{E_t(p_{t+k})}{R^k} = 0$$

("condición de ausencia de burbujas").

Consideramos un ejemplo sencillo con dos tipos de operadores que eligen reglas de predicción lineales sencillas. El primer tipo son los llamados fundamentalistas, que creen que los precios se moverá hacia el valor fundamental de expectativas racionales p^* ,

$$E_{1,t}(p_{t+1}) = p_{1,t+1}^e = p^* + \nu(p_{t-1} - p^*), \quad 0 \leq \nu \leq 1. \quad (6)$$

En el caso especial $\nu = 1$, estos operadores utilizan el último precio observado como predictor,

$$E_{1,t}(p_{t+1}) = p_{1,t+1}^e = p_{t-1}.$$

Llamamos a este tipo de operadores *creyentes EMH*, ya que el pronóstico informal es consistente con un mercado eficiente, donde los precios siguen un comportamiento aleatorio. El segundo tipo de operadores son los operadores técnicos, que extrapolan el último cambio de precio observado,

$$E_{2,t}(p_{t+1}) = p_{2,t+1}^e = p_{t-1} + g(p_{t-1} - p_{t-2}), \quad g \geq 0. \quad (7)$$

La ecuación de equilibrio del mercado (4) ahora se convierte en

$$Rp_t = n_{1,t}(p^* + \nu(p_{t-1} - p^*)) + n_{2,t}(p_{t-1} + g(p_{t-1} - p_{t-2})) + \bar{y} + \varepsilon_t, \quad (8)$$

donde un término dinámico de ruido IID ε_t ha sido añadido a la ecuación (4), que representa el error de aproximación basado en el modelo o el ruido procedente de los operadores ruidosos, los agentes económicos cuyo comportamiento no se explica por el modelo, sino que se considera como exógeno.

Sean $U_{1,t}$ y $U_{2,t}$ los excedentes acumulados por los fundamentalistas y los técnicos, respectivamente, definidos por

$$U_{j,t} = R_t z_{j,t-1} - C_j, \quad j=1,2,$$

donde C_j mide el costo total.

La segunda parte, condicionalmente evolutiva, del modelo, describe cómo las creencias, es decir, las fracciones, cambian con el tiempo. La idea básica es que las fracciones se actualizan con base en una medida del rendimiento de las normas de predicción, condicionado a la desviación del precio real respecto del precio fundamental p^* . En una primera etapa (parte evolutiva) las fracciones se determinan como probabilidades de elección discreta de acuerdo a la rentabilidad histórica o aptitud, pero en este trabajo son aproximadas del modo siguiente:

$$\begin{aligned} \tilde{n}_{1,t} &= \frac{1+m_t}{2}, \quad \tilde{n}_{2,t} = \frac{1-m_t}{2} \\ Z_t &= \frac{1}{m_{t+1}} \sum_j e^{\beta U_{j,t}}, \end{aligned} \quad (9)$$

donde

$$\begin{aligned} m_t &= \frac{2}{\pi} \tan^{-1} \frac{\pi\beta}{4} (U_{1,t-1} - U_{2,t-1} + C_2 - C_1) \\ &= \frac{2}{\pi} \tan^{-1} \frac{\pi\beta}{4} (R_{t-1} (z_{1,t-2} - z_{2,t-2}) - C) \end{aligned}$$

y Z_{t-1} es un factor de normalización de tal manera que las fracciones se suman uno. $U_{j,t}$ es la “función de idoneidad” o “medida del rendimiento”. $\beta \geq 0$ se denomina “intensidad de la elección”, que mide la rapidez con que la masa de los operadores pasará a la estrategia óptima.

Según [BH1], este parámetro juega un papel crucial en el camino a un comportamiento dinámico complicado.

Un candidato natural para la adaptación evolutiva es el beneficio acumulado $R_t z_{j,t}$ dado por

$$U_{j,t}^{(1)} = \frac{1}{a_j \sigma^2} (p_t + y_t - R p_{t-1}) (p_{j,t}^e + \bar{y} - R p_{t-1}) + \eta U_{j,t-1}, \quad (10)$$

donde $0 \leq \eta \leq 1$ es un parámetro de memoria para medir la rapidez con que la aptitud realizada pasada se descuenta para la selección de la estrategia y $z_{j,t}$ está dada por (2).

Sin embargo, esta medida de rendimiento es incompatible con el que los inversionistas son maximizadores de media-varianza con aversión al riesgo, ya que ignora el término de varianza en (1). Por lo tanto, otro candidato natural para la función de aptitud es la utilidad derivada de los beneficios realizados, es decir, los beneficios realizados ajustados al riesgo. Las utilidades de los beneficios realizados en el período t del inversionista tipo h se da por

$$\pi_{j,t} := \pi(R_{t+1}, E_{j,t}[R_{t+1}]) = R_{t+1} z(E_{j,t}[R_{t+1}]) - \frac{a_j}{2} \sigma^2 z^2(E_{j,t}[R_{t+1}]),$$

donde

$$z(E_{j,t}[R_{t+1}]) = \arg \max \pi_{j,t} = \frac{E_{j,t}[R_{t+1}]}{a_j \sigma^2} = z_{j,t}.$$

Tengamos en cuenta que las probabilidades de elección discreta son independientes del nivel de utilidad, es decir, que no cambian si el mismo término π_t se resta de todos los exponentes en (9). Por lo tanto, podemos considerar

$$\begin{aligned}
\pi_{j,t} - \pi_t &= \pi(R_{t+1}, E_{j,t}[R_{t+1}]) - \pi(R_{t+1}, R_{t+1}) \\
&= -\frac{1}{2a_j\sigma^2} (E_{j,t}[R_{t+1}] - R_{t+1})^2 \\
&= -\frac{1}{2a_j\sigma^2} (p_{t+1} + p_{j,t+1}^e + \delta_{t+1})^2,
\end{aligned}$$

donde

$$\pi(R_{t+1}, R_{t+1})$$

es la utilidad de los beneficios de los inversionistas perfectamente precavidos y δ_t es el término de ruido del proceso de dividendos estocásticos, es decir,

$$y_t = \bar{y}_t + \delta_t.$$

Notemos que, en ausencia de perturbaciones aleatorias, $\delta_t \equiv 0$, estas diferencias se reducen a una constante negativa multiplicada por los cuadrados de los errores de predicción. Por lo tanto, se define la segunda medida de aptitud como

$$U_{j,t}^{(1)} = -\frac{1}{2a_j\sigma^2} (p_t + p_{j,t}^e + \delta_{t+1})^2 + \eta U_{j,t-1}. \quad (11)$$

En el segundo paso de la actualización de las fracciones, los operadores técnicos condicionan sus gráficas en base a la información acerca de los fundamentalistas, es decir, sobre las desviaciones de precios del valor fundamental p^* ,

$$n_{2,t} = \tilde{n}_{2,t} e^{-(p_{t-1} - p^*)^2 / \alpha}, \quad \alpha > 0, \quad n_{1,t} = 1 - n_{2,t}. \quad (12)$$

Mientras los precios se encuentran cerca del valor fundamental, las fracciones son determinadas casi en su totalidad por la aptitud evolutiva. Sin embargo, cuando las desviaciones de precios respecto al fundamental llegan a ser grandes el término de corrección

$$e^{-(p_{t-1}-p^*)^2/\alpha}$$

se vuelve pequeño, lo que representa el hecho de que cada vez más operadores creen que una corrección hacia la solución fundamental está a punto de ocurrir.

3 Conclusiones.

El modelo evolutivo condicional con ruido de precios de los activos con operadores fundamentalistas frente a los técnicos está dado por las ecuaciones (8), (9), (12) y una de las medidas de rendimiento evolutivas (10) o (11). Esto define un sistema dinámico 6-dimensional.

Bibliografía

- Brock, W.A., Hommes, C.H.(1997). A rational route to randomness. *Econometrica* **65** 1059–1095.
- Gaunersdorfer A., Hommes C.H., Wagener F.O.J.(2000). Bifurcation routes to volatility clustering. SFB Working Paper No. 73, University of Vienna and Vienna University of *Economics and Business Adm.*

ESTRATEGIAS PARA LA SELECCIÓN ÓPTIMA DE CARTERAS DE INVERSIÓN

Flores Romero B, González Santoyo F., Chagolla Farías M.

UMSNH-FCCA-INICYE ULSA Morelia

fsantoyo,betyf@umich.mx, gladiador_zeus@hotmail.com

RESUMEN

Hoy día en la toma de decisiones financieras, representa fundamental importancia la incorporación de métodos y técnicas de optimización, que en tiempo real proporcionen información eficiente y eficaz que aproxime al inversionista con un menor nivel de incertidumbre a tener éxito, y logre maximizar su nivel de beneficio ante espectros de alto nivel de riesgo. En este trabajo como estrategia para selección óptima de formas de invertir se hace uso del modelo de la mochila (knapsack) para la obtención de una cartera de inversión óptima, a través del análisis de diversos escenarios que pueden ser obtenidos en tiempo real, se le proporciona información al decisor para una toma de decisiones racional eficiente.

PALABRAS CLAVE: optimización, carteras de inversión, Knapsack (mochila), decisión.

ABSTRACT

Today, in making financial decisions, paramount importance is the incorporation of methods and techniques of optimization, real-time efficiently and effectively provide information that approximates the investor with a lower level of uncertainty to succeed, and achieve maximize your level of spectra to benefit high level of risk. In this work as a strategy for optimal selection of ways to invest is made using the model of the bag (knapsack) to obtain an optimal investment portfolio, through the analysis of various scenarios that can be obtained in real time, information to the decision maker for an efficient rational decision making is provided.

KEY WORDS: optimization, investment portfolios, Knapsack (backpack), decision.

1. INTRODUCCIÓN

Desde los inicios de la humanidad el ser humano inicio con las transacciones comerciales y financieras, la responsabilidad en la toma correcta de decisiones de inversión recae principalmente en la experiencia y buen criterio del inversionista, existen inversionistas cuya experiencia y habilidad llegan a ser tan eficientes que sus decisiones se caracterizan por ser acertadas en la mayoría de las ocasiones, sin embargo, la decisión basada en la experiencia por mucha que esta sea, no deja de ser una circunstancia cualitativa y no cuantitativa lo cual significa que puede existir una decisión basada en la experiencia que entregue excelentes rendimientos pero que no necesariamente sean los óptimos, es decir, los máximos que se pudieran tener matemáticamente.

Las técnicas de optimización presentan una opción para evaluar de una manera cuantitativa todos aquellos sistemas que se puedan modelar de forma matemática y de los cuales se requiera obtener los niveles máximos o mínimos (óptimos) a través de su implementación en sistemas

computacionales que permitan obtener de manera sistemática los niveles exactos de la mezcla de opciones tales que constituyan un conjunto que entregue dichos niveles máximos o mínimos de la o las variables sujetas a optimización.

El área de las finanzas y el conjunto de opciones de inversión, por supuesto que son factibles de modelarse mediante ecuaciones matemáticas a las que se pueden aplicar técnicas de optimización para poder encontrar la mezcla de inversiones exacta que de los máximos rendimientos y transformar la toma de decisiones de ser una cuestión que depende del criterio y la experiencia de una persona a ser una cuestión sistemática que se puede automatizar mediante el uso de algoritmos implementados como programas de computadora que pueden operar en tiempo real recibiendo como entradas las condiciones cambiantes de los instrumentos de inversión y entregar como resultado la mezcla óptima del conjunto de inversiones que maximicen los beneficios para el inversionista y actuar como un herramienta de ayuda en la toma de decisiones o bien incluso como una herramienta completa de toma de decisiones.

Las técnicas de optimización que se han desarrollado a lo largo de los años son muchas y cada una de ellas tiene sus propias características y alcances. Algunas de las más conocidas son las técnicas de programación lineal, programación entera, programación dinámica (González S.F. 1995, 2005, 2011), etc. Otros de los métodos o técnicas de optimización que se han estudiado en los últimos años y que demuestran su gran capacidad en la solución de diversos tipos de problemas de diferentes niveles de complejidad y orden son aquellos que se pueden agrupar bajo el concepto de métodos “knapsack” o de la mochila y son los que en particular son motivo de estudio en el presente trabajo.

2. MODELOS DE LA MOCHILA (KNAPSACK)

Si se desea invertir todo o una parte del capital c unidades monetarias y se está considerando n posibles opciones de inversión en las cuales se tiene un beneficio p_j esperado en cada opción de inversión j y una cantidad de unidades monetarias w_j que requiere cada opción, entonces la solución óptima de inversión será el conjunto de opciones de inversión seleccionadas x_j tales que el beneficio total z sea el máximo. Este tipo de problema de optimización se conoce como el problema de la mochila (knapsack).

Evolución de los algoritmos de solución del problema de la mochila

Durante las últimas décadas el problema de la mochila (KP) se ha estudiado desde distintos enfoques (aproximaciones), de acuerdo al desarrollo teórico de la Optimización Combinatoria produciendo los primeros algoritmos en la década de los cincuentas a través de la teoría de la programación dinámica de Bellman que resuelve de manera exacta el problema de la mochila 0-1 o binario. En 1957 Dantzing genera un método eficiente para determinar la solución a la relajación continua del problema y por lo tanto la obtención de la cota superior (*Max*) en z la cual se usó en los 20 años siguientes en casi todos los estudios KP [Martello y Toth, 1990].

En la década de los sesentas Gilmore and Gomory investigaron profundamente la aproximación de la programación dinámica a los problemas KP y otros tipos de problemas de la mochila y en 1967 Koster experimenta por primera vez con los algoritmos *Branch and Bound* (Ramificación y Acotamiento). En la década de los setentas se desarrolla completamente el de aproximación y Ramificación y Acotamiento probando ser el único método capaz de resolver problemas con un gran número de variables. Dentro de los algoritmos mas conocidos de este periodo se encuentran los desarrollados por Horowitz y Sahni, con aportaciones de Ingargiola y Korsh con su primer procedimiento de reducción, Jonson con el primer esquema de aproximación polinomial en el tiempo extendiendo Sahni este resultado al problema de la mochila 0-1 o binario, Martello y Toth propusieron la primer cota superior dominando el valor de la relajación continua.

En la década de los ochentas los principales resultados tienen que ver con la solución de problemas de gran escala (tamaño), para los cuales el tiempo de ordenamiento que es necesario para la mayoría, toma el mayor porcentaje del tiempo de ejecución. En 1980 Balas y Zemel presentan una nueva aproximación para resolver el problema ordenando en muchos casos únicamente un pequeño subconjunto de variables las cuales representan el problema central.

MODELOS MATEMÁTICOS

El problema de la mochila se puede formular matemáticamente numerando las opciones de inversión de 1 a n e introduciendo un vector de variables binarias x_j ($j=1, \dots, n$) con el siguiente significado:

$$x_j = \begin{cases} 1 & \text{si se selecciona el objeto } j \\ 0 & \text{en cualquier otro caso} \end{cases} \quad (1)$$

Por lo que si p_j representa el beneficio esperado por cada opción de inversión j , y w_j representa la cantidad de unidades monetarias que se requiere invertir en cada opción de inversión y c es el capital en unidades monetarias del que se dispone para invertir (tamaño de la mochila), entonces el problema consiste en seleccionar de entre todos los vectores binarios x que satisfacen la restricción:

$$\sum_{j=1}^n w_j x_j \leq c \quad (2)$$

Aquel que maximice la función objetivo:

$$z = \sum_{j=1}^n p_j x_j \quad (3)$$

Las ecuaciones anteriores se pueden entender de una manera mas sencilla diciendo que la suma de las cantidades de unidades monetarias que se invierten en cada opción de inversión seleccionada, no puede exceder el capital con el que se cuenta para invertir (restricción), pero como existen muchas combinaciones que pueden cumplir con esta restricción se elige solo aquella que maximice el beneficio total obtenido (función objetivo).

Para poder resolver el problema de la mochila se podrían analizar todas las combinaciones posibles de inversión y elegir aquella que cumpla con las ecuaciones 2 y 3, sin embargo, este sería un método poco eficiente, sobretodo en problemas de gran magnitud, por lo que en las últimas décadas se han desarrollado diferentes algoritmos tanto exactos como aproximados para resolver el citado problema de la mochila.

TIPOS DE PROBLEMAS DE LA MOCHILA

Dependiendo del alcance o la generalización de la solución del problema de la mochila, se derivan diferentes tipos de problemas de los cuales a continuación se definen algunos de ellos. En general se asume que los beneficios (p_j), las cantidades de unidades monetarias que se requieren para cada inversión (w_j) y el capital con el que se cuenta (c), son enteros positivos, sin embargo, se pueden extender los resultados obtenidos al caso de valores reales y en la mayoría de los casos a valores no positivos.

Los diferentes tipos de problemas que se pueden generar dependiendo de su alcance o generalización son:

- a) Problema de la mochila (KP) 0-1
- b) Problema de la mochila de elección múltiple
- c) Problema de la mochila Acotado
- d) Problema de la mochila No Acotado
- e) Problema de suma de subconjuntos
- f) Problema Máquina de Cambio
- g) Problema de la mochila múltiple 0-1
- h) Problema de asignación generalizada

En el presente trabajo se aborda el problema de la mochila 0-1 y el cual se describe a continuación.

PROBLEMA DE LA MOCHILA (0-1) O BINARIO

El problema de la mochila 0-1 o binario es el tipo de problema de la mochila más importante y uno de los más estudiados dentro de los problemas de programación discreta y está definido matemáticamente como lo presentan las ecuaciones 1-3. La razón se deriva básicamente de tres hechos:

- se puede ver como el problema de programación entera más simple.
- aparece como un subproblema en muchos problemas más complejos.
- puede representar a un gran número de situaciones prácticas.

La solución del problema de la mochila binario se puede llevar a cabo mediante el uso de diferentes algoritmos exactos y aproximados, tales como: el algoritmo de Greedy, de Horowitz-Sahni, de Martello-Toth, de programación dinámica, de esquemas de aproximación polinomial, de Balas-Zemel, de Fayard-Plateau, entre otros. Este tipo de problemas es de orden NP-completo.

En el presente trabajo se eligió el algoritmo de Greedy (glotón) como elemento para procesar el ejemplo de aplicación a la selección óptima de carteras de inversión.

ALGORITMO DE GREEDY (GLOTÓN)

La forma más inmediata de determinar una solución aproximada al problema de la mochila binario explota el hecho de que el vector solución de opciones de inversión seleccionadas x tiene únicamente una variable fraccionaria x_s (elemento crítico: opción de inversión seleccionada que ya no cabe completa en la cartera de inversión o mochila, es decir, que hace que su selección haría que se requiriera un capital mayor a aquel con el que se cuenta). Haciendo que esta opción no se seleccione ($x_s = 0$) podemos obtener una solución aceptable y muy cercana z' a la exacta z .

$$z' = \sum_{j=1}^{s-1} p_j \quad (4)$$

Normalmente se esperaría que la solución aproximada z' se encuentre muy cercana a la solución exacta z , sin embargo, si el beneficio que entrega el elemento crítico p_s es relativamente grande se puede obtener una solución heurística mejorada z^h considerando:

$$z^h = \max(z', p_s) \quad (5)$$

Se asume que las opciones de inversión se encuentran ordenadas en forma descendente de acuerdo al valor del beneficio por unidad monetaria de cada opción de inversión, es decir:

$$\frac{p_1}{w_1} \geq \frac{p_2}{w_2} \geq \dots \geq \frac{p_n}{w_n} \quad (6)$$

3. PROGRAMA DESARROLLADO

A continuación se presenta el código del programa de implementación del algoritmo de Greedy desarrollado para el presente trabajo en Matlab®.

```
clear all
close all
% Programa que implementa el algoritmo de Greedy
% para la solución del problema de la mochila 0-1 o binario
%

% Se leen datos desde teclado
%

disp('Programa de implementación del algoritmo de Greedy');
disp(' ');

n=input('Número de opciones de inversión n: ');
c=input('Capital total disponible para invertir c: ');
p=input('Vector de beneficios de cada opción de inversión {p}: ');
w=input('Vector de montos requeridos para cada opción de inversión {w}: ');

% los datos de salida de este algoritmo son zg (Valor del beneficio total óptimo) y {x} (vector de
opciones seleccionadas)

% Empieza el algoritmo

ct=c;
zh=0;
ja=1;

for j=1:n,
    if w(j)>ct
        x(j)=0;
    else
        x(j)=1;
        ct=ct-w(j);
        zh=zh+p(j);
    end
    if p(j)>p(ja)
        ja=j;
    end
end
if p(ja)>zh
    zh=p(ja);
    for j=1:n,
        x(j)=0;
    end
end
```

```

    x(ja)=1;
end

disp('El valor del beneficio total optimo es:')
zh
disp('El vector de opciones seleccionadas es:')
x

```

4. ANÁLISIS DE CASOS

Caso 1.

Como caso de estudio para el análisis siguiente tomaremos un ejemplo de inversión construido de forma hipotética para mostrar el funcionamiento del método y algoritmo presentado en este trabajo. Sea el inversionista “W”, que cuenta con una disponibilidad de recurso financiero de \$ 25,000,000.00 de pesos mexicanos, y desea obtener un nivel de rendimiento financiero óptimo, dadas las opciones de inversión que se presentan en el mercado financiero, para tal efecto y de acuerdo a la investigación realizada para el instante de la decisión de inversión, encuentra que los niveles de ponderación o importancia que tienen para el inversionista los instrumentos de inversión 1, 2, 3, 4, 5, 6,7; en por unidad son: $(w_j/c) = (0.5, 0.02, 0.3, 0.431, 0.25, 0.49, 0.41)$ y los niveles de beneficio que prometen en por unidad son $(p_j/w_j) = (1.5, 2, 5, 0.5, 3, 0.1, 1.1)$. El inversionista desea realizar inversiones a priori en todos los instrumentos, sin embargo para tomar la decisión final de invertir quiere conocer la forma óptima de hacerlo, para lo que es de interés usar el algoritmo para saber de una forma cuantitativa cuales son las opciones que más le convienen.

Para resolver este caso utilizando el método de la mochila haciendo uso del algoritmo Greedy para el caso las opciones de inversión se deben ordenar de acuerdo a la ecuación 6, quedando de la siguiente forma las opciones de inversión:

Tabla # 1. Datos para el caso 1 de inversión.

OPCIÓN	PONDERACIÓN w_j	BENEFICIO p_j	p_j/w_j
3	\$ 7,500,000.00	\$ 37,500,000.00	5.0
5	6,250,000.00	18,750,000.00	3.0
2	500,000.00	1,000,000.00	2.0
1	12,500,000.00	18,750,000.00	1.5
7	10,250,000.00	11,275,000.00	1.1
4	10,775,000.00	5,387,500.00	0.5
6	12,250,000.00	1,225,000.00	0.1

Una vez ordenada la información se alimentan los datos al programa que se presenta en la sección 3 entregando los siguientes resultados:

Beneficio total óptimo $z = \$ 68, 525, 000$
Opciones seleccionadas: 2, 3, 5 y 7

Tabla # 2. Conformación de la Cartera

OPCIÓN DE INVERSIÓN	MONTO
2	500 000
3	7 500 000
5	6 250 000
7	10 250 000
TOTAL	24 500 000

Caso 2.

Para ilustrar de mejor manera la utilidad de los métodos de la mochila supongamos que los valores de los beneficios en por unidad se modifican debido a cambios drásticos en la cotización de cada instrumento de inversión quedando de la siguiente manera: $(p_j/w_j)=(2, 1.1, 1.5, 0.7, 1, 2.5, 2.5)$. Entonces al ordenar de acuerdo a la ecuación 6, las opciones de inversión quedarían de la siguiente manera:

Tabla 3. Datos para el caso 2 de inversión.

<i>OPCIÓN</i>	PONDERACIÓN w_j	BENEFICIO p_j	p_j/w_j
7	\$ 17,250,000.00	\$ 43,125,000.00	2.5
6	12,250,000.00	30,625,000.00	2.5
1	12,500,000.00	25,000,000.00	2.0
3	7,500,000.00	11,250,000.00	1.5
2	500,000.00	550,000.00	1.1
5	6,250,000.00	6,250,000.00	1.0
4	10,775,000.00	7,542,500.00	0.7

Al correr el algoritmo de Greedy con los datos que se presentan en la Tabla 2 se obtienen los siguientes resultados:

Beneficio total óptimo $z = \$ 54, 375, 000$
Opciones seleccionadas: 3 y 7

Tabla # 4. Conformación de la Cartera

OPCIÓN DE INVERSIÓN	MONTO
3	7 500 000
7	17 250 000
TOTAL	24 750 000

Se puede observar que al cambiar los valores de beneficio que pueden entregar cada uno de los instrumentos de inversión, se modifican también las opciones que deben elegirse para tener un

rendimiento óptimo y el valor del beneficio máximo cambia (aumenta o disminuye) pero sigue siendo el mejor rendimiento que se puede tener dadas las condiciones presentes de los instrumentos de inversión.

5. CONCLUSIONES

El presente trabajo presentó el uso de las técnicas de optimización conocidas como métodos de resolución del problema de la mochila, aplicados a la selección óptima de carteras de inversión como una herramienta cuantitativa y exacta.

El uso de herramientas matemáticas que se puedan implementar en forma de algoritmos que resuelvan el problema de elegir una cartera óptima de inversión permite la automatización de la toma de decisiones al implementarse en un sistema que opere en tiempo real tomando en consideración las condiciones cambiantes de los instrumentos de inversión en cada instante.

Cuando el tamaño del problema es muy grande, es decir, cuando la cantidad de opciones de inversión es muy amplia, la experiencia de un asesor financiero puede no ser suficiente para llevar a cabo la mejor selección de inversión, sobre todo con escenarios continuamente cambiantes por lo que una herramienta matemática implementada en forma de algoritmo en una computadora que puede encontrar la cartera de inversión óptima en fracciones de segundos puede resultar de mucha ayuda en la optimización de los beneficios obtenidos al realizar una inversión.

La aplicación de este tipo de modelos es de gran utilidad para la toma de decisiones en tiempo real cuando se conoce la información básica de referencias del inversionista (analista – decisor).

BIBLIOGRAFÍA

- González Santoyo F., Flores Romero B., Gil Lafuente A.M. (2011). *Procesos para la toma de decisiones en un entorno globalizado*. Editorial Universitaria Ramón Areces. Madrid España.
- González Santoyo F, Alfaro Calderón G., Flores Romero B. (1997): *Modelos clásicos para la selección de Carteras de Inversión*. Ciencia Nicolaita No. 15. Agosto 1997. pp.102-118. Morelia México. UMSNH.
- González S.F., Alfaro C.G. (1996). *Las carteras de inversión en las decisiones financieras*. 1er Foro Nacional de Inv. En Disciplinas Advdas. FCA-UNAM. México. D.F.
- González Santoyo F. (1995). *Planeación de la producción usando técnicas de descomposición Jerárquica*. Tesis Doctoral (Doctor en Ingeniería-Investigación de Operaciones). Facultad de Ingeniería- División de Estudios de Posgrado UNAM, México.
- González S.F. (1995). *Optimización en el Diseño de Carteras de Inversión y su aplicación en la Industria*. Reporte interno de Inv. Coordinación de la Investigación Científica - UMSNH. Morelia, México.
- Markowitz H (1959). *Portfolio selection: efficient diversification of investments*. Jhon Wiley sons, New Cork.
- Martínez Cárdenas F., González Santoyo F., Flores Romero V., Vargas Uribe G. (2005). *Selección óptima de carteras de inversión usando el problema Knapsack*. XIV International Conference AEDEM. Morelia México.
- Silvano Martello; Paolo Toth (1990). *Knapsack Problems Algorithms and Computer Implementations*. John Wiley & Sons.

ANÁLISIS DE LA TEORÍA DEL MERCADO EFICIENTE DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS ENFOQUES CLÁSICOS DEL ANÁLISIS Y GESTIÓN DE VALORES BURSÁTILES, HASTA LA TEORÍA DE LA CAMINATA ALEATORIA.

Jorge Víctor Alcaraz Vera talcarazv@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
José Rafael Aguilera Aguilera cp_aguilera@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

RESUMEN

La reciente evolución experimentada por el estudio de las finanzas podría caracterizarse por una creciente atención al mercado de valores y a su problemática. Esta dinámica resulta discernible con considerar la importancia que el conocimiento de este mercado tiene para la comprensión de los problemas que en el enfoque de la teoría financiera, se destacan como de los más trascendentes. Pero el interés va más allá del nivel empresarial y hay quien opina que es esencial que un país tenga mercados de capitales eficientes si quiere disfrutar el máximo nivel posible de bienestar. Desde esta perspectiva, el papel del mercado de capitales es la asignación del stock de capitales de la economía. En términos generales, el mercado ideal es aquel en el que los precios proporcionan indicaciones exactas para la asignación de recursos. Esta temática ha cobrado gran interés en México, en el que dentro de una dinámica de cambio más amplia, viene planteándose la reforma del mercado de valores mexicano. En conclusión de lo anterior, es que en esta ponencia se ha tenido como objetivo el estudiar el nacimiento y desarrollo de la teoría, su formalización y sus implicaciones a fin de lograr una síntesis sistemática de una serie de temas que, agrupados dentro del marco de la "Teoría del Mercado Eficiente", se encontraban dispersos en una ingente cantidad de estudios aparecidos en las publicaciones más diversas.

Palabras clave: Mercado eficiente, caminata aleatoria, análisis de valores.

ABSTRACT

Recent developments experienced by the study of finance could be characterized by increasing attention to the stock market and its problems. This dynamic is discernible to consider the importance of this market knowledge for the understanding of the problems in financial theory approach, stand out as the most significant. But the interest goes beyond the corporate level and some people think it is essential that a country has efficient capital markets if they want to enjoy the highest possible level of wellness. From this perspective, the role of capital markets is the allocation of capital stock of the economy. Overall, the ideal market is one in which prices provide accurate indications for the allocation of resources. This subject has gained great interest in Mexico, where within a broader dynamic of change, is considering the reform of the Mexican stock market. In conclusion of this, is that this paper has been aimed at studying the birth and development of the theory, its formalization and its implications in order to achieve a systematic synthesis of a number of issues, grouped within the framework of the "Efficient Market Theory," were scattered over a vast amount of studies published in various publications.

Key words: Efficient market, random walk, analysis of values.

INTRODUCCIÓN

Se ha dedicado este trabajo a la exposición de los aspectos más importantes de la Teoría de la Caminata Aleatoria (TCA). Y es que no es posible tratar la Teoría del Mercado Eficiente (TME) sin hacer referencia previa a la TCA. En la evolución de aquélla, ésta ha tenido un carácter tan fundamental que se podría decir que si se comenzó a tratar la eficiencia de los mercados de valores fue buscando una justificación económica a la evidencia encontrada a favor de la TCA.

Ambas teorías se desarrollaron entre las investigaciones de la realidad y las justificaciones teóricas de los hechos observados. Estos estudios se dirigieron de un lado, a analizar la capacidad de los analistas técnicos para conseguir una rentabilidad superior a la normal o propia de una estrategia de inversión “ingenua” y de otro, a examinar el supuesto básico del análisis técnico: la existencia de dependencia en los movimientos de los precios de los valores bursátiles.

La evidencia favorable a la hipótesis de independencia y a la consecuente imposibilidad de obtener rendimientos por encima de los normales mediante procedimientos de gestión de inversiones basados en la hipótesis contraria, fue dando lugar a una nueva concepción del comportamiento de los precios en el mercado. De este modo nació la TCA que junto a la hipótesis de independencia, contempla la distribución de las variaciones de los precios, aspecto que fue también objeto de atención en algunos de los primeros análisis empíricos.

ANÁLISIS TÉCNICO VERSUS ANÁLISIS FUNDAMENTAL

Como conjunción y desarrollo de tales explicaciones nació el concepto actual de mercado eficiente. Se comprende así la transcendencia que tiene la TCA para el estudio de la TME. Más aún, las relaciones y mutuas implicaciones entre ambas teorías son tales que no siempre es fácil determinar sus límites, y la confusión entre ellas ha sido y es frecuente.

Tradicionalmente, se han distinguido dos formas clásicas de análisis de valores bursátiles: el análisis técnico y el análisis fundamental. Cada una de ellas conlleva una filosofía en torno al comportamiento de los precios bursátiles y conduce a un enfoque de la gestión de las inversiones en bolsa. Ambos enfoques difieren en la forma de obtener ventajas de las tendencias de ajuste. Los fundamentalistas estudian los factores externos que subyacen tras las variaciones de precios. El técnico estudia los movimientos de precios producidos en el pasado inmediato para obtener indicios de los movimientos del futuro inmediato.

El análisis técnico, cuyos orígenes⁵¹ se sitúan a comienzos del presente siglo con el nacimiento de la Teoría Dow⁵², tuvo su primera materialización sistemática en 1922⁵³ y obtuvo popularidad tras la publicación en 1932, de la primera obra debida a Robert Rhea⁵⁴, en la que se concibió aquella teoría como un método de predicción de precios. Este enfoque considera que el proceso de formación de los precios es lo suficientemente complejo como para imposibilitar la determinación de las variables

⁵¹ Una exposición del análisis técnico puede encontrarse en: A. S. Suárez Suárez: "Decisiones Oprimas de Inversión y Financiación en la Empresa", Editorial Pirámide. Madrid. 1977, pp. 364 y 365.

⁵² Sobre la Teoría Dow puede verse:

- G. W. Bishop, "Charles H. Dow and the Dow Theory", Appleton Century Crofts, Englewood Cliffs, 1960.

- R. M. Bames, "The Dow Theory Can Make You Rich", Arlington House, Nueva York, 1973.

⁵³ W. P. Hamilton, "The Stock Market Barometer", Barron's, Nueva York, 1922.

⁵⁴ R. Rhea, "The Dow Theory", Barron's, Nueva York, 1932.

exógenas que influyen en la evolución de las cotizaciones, no siendo viable la predicción de precios basada en modelos o en el estudio de datos contables u otros de carácter interno de las emisoras.

La dificultad de estudiar los complejos procesos psicológicos que siguen los inversionistas para tomar las decisiones de inversión que fijarán la oferta y la demanda de los títulos y con ello su precio, determina que el único medio de obtener unos resultados superiores a la media sea el estudio de la evolución de los datos intrínsecos al propio mercado para tratar de descubrir los comportamientos repetitivos a que conducen aquellos procesos mentales acumulados o bien para intentar aprovechar esos comportamientos aún sin determinarlos previamente.

De ahí surgen las dos formas de análisis técnico: el análisis gráfico de tendencias bursátiles y la determinación de reglas fijas que conducen a un comportamiento decisional repetitivo.

El análisis técnico parte de una serie de supuestos:

1. El valor de los títulos se determina por las interacciones entre la oferta y la demanda⁵⁵.
2. Tales interacciones vienen determinadas por muchos factores, algunos racionales y otros no, que no siempre se pueden medir.
3. El mercado siempre repite.
4. Salvo en las pequeñas oscilaciones, en los movimientos del mercado es posible identificar la existencia de tendencias. Las interrupciones de las tendencias previas constituyen importantes signos para comprar o vender.
5. La mayor parte de los signos deben confirmarse mediante la observación del volumen de transacciones⁵⁶.

Es así que en el análisis técnico⁵⁷, existe algo consustancial a todas las formas del mismo: la idea de que el pasado tiende a repetirse en el mercado, la idea de que es posible encontrar determinadas pautas de comportamiento sistemáticamente repetitivas. Existen por tanto, tres ideas básicas en todo tipo de análisis técnico:

1. El supuesto básico de que la historia tiende a repetirse. En consecuencia, los analistas tratarán, bien de determinar esas pautas para aprovecharlas (análisis gráfico), o bien de obtener ventajas de las mismas aún sin conocerlas exactamente (determinación de reglas decisionales fijas).
2. Un estadístico caracterizaría tales técnicas como basadas en el supuesto de que las sucesivas variaciones de precios de los valores son dependientes.
3. En consecuencia, la secuencia de cambios de precios anteriores a un día dado es importante para predecir el cambio de precio de ese día.

Junto al análisis técnico, la otra forma de análisis de valores es el análisis fundamental cuyo origen data de 1933 con la publicación de la obra de Kirshman "Principles of Investment"⁵⁸. Pero es en 1933, con la aparición de la obra de Graham y Dodd "Security Analysis"⁵⁹, cuando surge lo que sería una auténtica reacción contra el análisis técnico.

⁵⁵ P. Freeman, "Some Aspects..." op. cit., p. 194.

⁵⁶ P. Freeman, "Some Aspects..." op. cit., p. 96.

⁵⁷ B. Montier, "L'analyse technique du marché des valeurs mobilières", *Analyse Financière*, núm. 2, 1969. p. 37.

⁵⁸ J. E. Kirshman, "Principles of Investment", McGraw-Hill, Nueva York, 1933.

⁵⁹ B. Graham y D. L. Dodd, "Security Analysis", McGraw-Hill. Nueva York. 1934.

Si los técnicos piensan que los valores bursátiles de una empresa fuerte son a menudo débiles y los de una empresa débil pueden ser fuertes⁶⁰, los fundamentalistas consideran por el contrario que todo valor tiene un determinado valor intrínseco o teórico dependiente de la capacidad generadora de renta de la emisora y del título y por tanto, bastaría determinar ese valor intrínseco para, comparándolo con el precio corriente de mercado, tomar la decisión más conveniente. Es así que los teóricos fundamentalistas se dedican a la construcción de modelos que permitan determinar el valor intrínseco de los valores, especialmente de las acciones. Tales modelos incluyen como variables explicativas, las utilidades, los dividendos por acción, las tasas de crecimiento de aquellas y éstos, su inestabilidad, el coeficiente de endeudamiento de la emisora, etc.

Esta forma de análisis, iniciada con las obras de Kirshman y de Graham y Dodd, continuada por las de Tinbergen⁶¹, Macaulay⁶² y Williams⁶³, y desarrollada por Gordon y Shapiro⁶⁴, Walter⁶⁵, Modigliani y Miller⁶⁶, Solomon⁶⁷, Whitbeck y Kisor⁶⁸, Molodovsky⁶⁹ y otros, vino acompañada de una fuerte reacción frente al análisis técnico. Los fundamentalistas criticaron a éste su falta de consistencia científica, su poco rigor, la falta de pruebas consistentes del éxito de tales métodos y la existencia de dependencia en las sucesivas variaciones de precios en el mercado de valores.

En cualquier caso, si el análisis fundamental tiene un sustrato real, no lo tiene menos el técnico y si aquel es capaz de señalar los valores que conviene adquirir y los que conviene vender, éste es el idóneo para decidir el momento de hacerlo. Es más, no existe una forma de análisis mejor que la otra, sino dos formas diferentes.

LOS PRIMEROS ANÁLISIS DE DEPENDENCIA EN LOS MOVIMIENTOS DE LOS PRECIOS BURSÁTILES

Como reacción frente al análisis técnico y favoreciendo al análisis fundamental en la polémica abierta entre ambos, comenzaron a principios de los años treinta una serie de estudios tendientes a determinar el grado de dependencia existente en los movimientos bursátiles. Pero anteriormente, en marzo de 1900 Louis Bachelier, presentó una Tesis Doctoral⁷⁰ en la que explicaba que los valores bursátiles evolucionaban a través de sucesivos incrementos independientes entre sí, comprobándolo en un análisis empírico del mercado de bonos del gobierno francés. Para ello desarrolló una teoría matemática de los precios de los mercados basada en los procesos denominados movimientos brownianos o de Einstein-Wiener⁷¹. Este autor elaboró la distribución de probabilidad de un proceso

⁶⁰ C. C. Hardy, "Investor's Guide..." op. cit. p. 6.

⁶¹ J. Tinbergen, "The Dynamics of Share Price Formation", Review of Economics and Statistics. Vol. XX. 1938. pp. 57-71.

⁶² F. R. Macaulay, "Interest Rates, Bond Yields and Stock Prices", National Bureau of Economic Research. Nueva York. 1938.

⁶³ J. B. Williams, "The Theory of Investment Value", Harvard University Press. Cambridge. Mass. 1938.

⁶⁴ J. M. Gordon y E. Shapiro, "Capital Equipment Analysis: The Required Rate of Profit", Management Sciences. Vol. III, octubre, 1956. pp. 102-110.

⁶⁵ J. E. Waller, "Dividend Policies and Common Stock Prices", Journal of Finance. Vol. XI, marzo 1956. pp. 2941.

⁶⁶ F. Modigliani y Miller, "Dividend Policy, Growth and the Valuation of Shares", Journal of Business. Vol. XXXIV. Núm. 4, octubre 1961. pp. 411-433.

⁶⁷ E. Solomon, "The Theory of Financial Management", Columbia University Press. Nueva York. 1963.

⁶⁸ V. S. Whitbeck y M. Kisor, "A New Tool in Decision Making Financial Analyst", Journal. vol. 19. Núm. 3. mayo-junio 1963. pp. 55-62.

⁶⁹ N. Molodovsky. C. May y S. Choniner, "Common Stock Valuation: Principles, Tables and Applications", Financial Analyst Journal. Marzo-abril 1965. pp. 101-123.

⁷⁰ L. Bachelier, "Theory of Speculation", trabajo recogido en la obra de P. H. Cootner. ed. "The Random Character of Stock Market Prices", M.I.T. Press. Cambridge. 1964. pp. 17-77. Originalmente se publicó en el Ann. Sci. Ecole Norm. Supo (3). núm. 1.01 8, Gauthier Villars. París. 1900.

⁷¹ Tal tipo de proceso describe el movimiento físico de una partícula sometida a sacudidas aleatorias y es análogo al proceso de recorrido aleatorio discreto en el caso de que tanto el tiempo como las variables aleatorias sean continuos.

estocástico continuo con incrementos independientes y una teoría de valuación basada en un comportamiento maximizador de utilidades por parte de los especuladores.

Con todo ello, sentó algunos principios de una teoría que fue posteriormente desarrollada por Levy, Kolmogorov, Borel, Khinchine y Feller. Pero si Bachelier estuvo adelantado a su tiempo en el desarrollo de la probabilidad, lo estuvo más incluso, en el análisis de los precios en los mercados de valores. Así, este autor fue el primero en utilizar el término “juego limpio” para significar que el precio de hoy es un estimador no sesgado del precio futuro -es decir, que si como precio esperado para cada día, se tomara el último conocido (el de la sesión bursátil previa), la suma de esas diferencias, en la media, sería cero- y en aplicar tal concepto al análisis de los precios de un mercado de valores, concluyendo que éstos -los precios del mercado de los bonos del gobierno francés- se ajustaban a tal definición.

Posteriormente, en 1905, en una correspondencia mantenida en la revista “Nature”⁷², nació un término: el de “caminata aleatoria”, para denominar al proceso seguido por una variable cuyas variaciones de valor son aleatorias.

Pero hasta después de la crisis de 1929, cuando tantos paradigmas económicos fueron revisados, apenas hubo más estudios de los precios bursátiles que los realizados por las empresas dedicadas a la gestión de inversiones bursátiles e inversionistas individuales. Hasta entonces la obra de Bachelier y su temática permanecieron en el olvido. Cuando la investigación de los precios de los valores recibió renovada atención en los años treinta, la mayor parte de ella provino de los mismos economistas interesados en el uso de las matemáticas y la estadística⁷³.

Los primeros estudios realizados en estos años, vinieron a apoyar a los fundamentalistas en su polémica con los técnicos. En este período, aparte de Working, el mayor nombre es el de Alfred Cowles⁷⁴. Así, en 1933, este autor⁷⁵, tomando los datos correspondientes al período que va de enero de 1928 a junio de 1932, analizó la exactitud de varios miles de predicciones de precios de acciones, realizadas por 45 agencias financieras, concluyendo que cualquier inversionista siguiendo programas de inversión aleatorios hubiera conseguido unos resultados superiores a los que podrían obtenerse atendiendo a las recomendaciones de dichas agencias.

Al año siguiente, Working, en otro trabajo⁷⁶ afirmaba que “las series de tiempo frecuentemente poseen las características de las series de números aleatorios acumulados” y que esto “se manifiesta especialmente en los activos de precios sensibles”, haciendo luego referencia a los valores bursátiles.

Un artículo que iba a contrarrestar esta corriente tendiente a demostrar la evolución aleatoria de los precios de las acciones y a desechar la dependencia defendida por el análisis técnico, fue el publicado en 1937 por Cowles y Jones⁷⁷, quienes trataron de determinar si es posible hablar de inercia en el mercado de acciones. Estos autores tomaron 27 series de índices estadounidenses, todas ellas en el período que va desde enero de 1835 a diciembre de 1935, diferenciadas por la

⁷² Karl Pearson and the Right Honorable Lord Rayleigh, “The Problem of the Random Walk”, *Nature*. Vol. 72. Núm. 1.865. pp. 294. 318 y 342.

⁷³ P. H. Cootner, “The Random”, *op. cit.*, p. 79.

⁷⁴ P. H. Cootner, “The Random...”, *op. cit.*, p. 79.

⁷⁵ A. Cowles, “Can Stock Market Forecasters Forecast?” *Econometrica*. Vol. 1, núm. 4, Julio 1933, pp. 309-324.

⁷⁶ H. Working, “A Random-Difference Series for Use in the Analysis of Time Series”, *Journal of the American Statistical Association*. Vol. 29, núm. 1, marzo 1934, pp. 11-24.

⁷⁷ A. Cowles y H. E. Jones, “Some a Posteriori Probabilities in Stock Market”, *Econometrica*. vol. 5, núm. 3. Julio 1937. pp. 280-294.

periodicidad de los datos (desde 20 minutos a 10 años) y, estudiando el ratio de número de “continuaciones” sobre número de “reversiones” en cada serie, concluyeron que existía cierta inercia en las series de periodicidad inferior a cuatro años.

Cowles publicó veintitrés años después un nuevo artículo⁷⁸ en el que se retractó de los resultados anteriores señalando que el empleo, como datos mensuales, de las medias de los precios diarios o semanales, puede haber producido una correlación positiva en las series aún cuando las series originales constituyeran cadenas aleatorias, y realizando un nuevo análisis con otros datos, llegó a la conclusión de que no hay nada que indique que el mercado de valores no esté funcionando como un mercado de libre competencia en el que teóricamente cualquier tendencia hacia la correlación debería ser eliminada.

A estos primeros análisis, vendrían a añadirse en la primera parte de los años cincuenta, los realizados por Kendall⁷⁹ y Kruizenga⁸⁰. El primero estudió veintidós series de precios de mercados especulativos. De ellas diecinueve correspondían a índices semanales de acciones del Reino Unido. De las restantes, dos (una semanal y otra mensual) se referían al precio del trigo en Chicago, y la otra al precio mensual del algodón en Nueva York. Tras calcular los coeficientes de autocorrelación, llegó a la conclusión de que “aunque los valores bursátiles se comportan de forma diferente que la media de los títulos no existe capacidad para predecir los movimientos del mercado a una semana, a menos que se disponga de información externa, pues las variaciones aleatorias de un término al siguiente son tan grandes que ocultan cualquier efecto sistemático que pueda estar presente. Los datos se comportan por tanto como series aleatorias”⁸¹.

Tres años después de la publicación del trabajo de Kendall⁸², Kruizenga presentó otro⁸³, en el que estudiaba el mercado de opciones de venta y compra («puts» y «calls» respectivamente) en relación al de acciones. Lo más trascendente de este trabajo es el análisis gráfico que se hizo de las distribuciones de los movimientos de los precios de los títulos. Este análisis, que incluyó los dividendos en los precios y contemplando para el conjunto de tales movimientos, períodos de noventa días y seis meses, condujo a Kruizenga a concluir que “los movimientos de precios parecen estar distribuidos, aproximadamente, según una distribución normal-logarítmica”⁸⁴ lo que ya había sido sugerido por Bachelier⁸⁵ y por Kendall⁸⁶.

Obsérvese que las conclusiones de todas estas investigaciones resultan contrarias tanto al análisis técnico como al fundamental, si bien iban especialmente dirigidas contra el primero. De ahí que la mayor parte de las críticas a esta nueva corriente, que ya comenzaba a denominarse Teoría de la Caminata Aleatoria (TCA) y que trataba en principio, de demostrar la inexistencia o la escasez de

⁷⁸ A. Cowles, “A Revision of Previous Conclusions Regarding Stock Price Behavior”. *Econométrica*. vol. 28, núm. 4, octubre 1960, pp. 909-915. (57) *Ibid.*, p. 909.

⁷⁹ M. G. Kendall, “The Analysis...” op. cit.

⁸⁰ R. J. Kruizenga, “Put and Call Options: A Theoretical and Market Analysis”, Tesis Doctoral no publicada. Massachusetts Institute of Technology. 1956.

⁸¹ M. G. Kendall, “The Analysis...” op. cit., p. 11.

⁸² P. D. Praetz, “Australian Share Prices and the Random Walk Hypothesis”. *Australian Journal of Statistics*. v. 11, núm. 3. 1969. pp. 123-139. p. 124). Este trabajo de Kendall tiene una importancia que trasciende en tanto en él, este autor comenzó a analizar los índices mediante el método convencional. en series de tiempo. consistente en separar las series en tendencia. ciclos y comportamientos residuales.

⁸³ R. J. Kruizenga, “Put and Call...” op. cit.

⁸⁴ R. J. Kruizenga, “Profit Returns...” op. cit., p. 411.

⁸⁵ L. Bachelier, “Theory...” op. cit., p. 70.

⁸⁶ M. G. Kendall, “The Analysis...” op. cit., p. 13 y 55.

dependencia en los movimientos de los precios del mercado de valores, proviniera de los medios técnicos.

De ahí el interés del trabajo que Roberts publicó en marzo de 1959⁸⁷. Este autor demuestra que “a la vista de este intenso interés por las pautas (de los movimientos de precios en el mercado de valores) y de la publicidad dada a la estadística en los últimos años, parece curioso que no haya habido, entre los analistas financieros un reconocimiento de que las pautas del análisis técnico pueden ser poco más que un artefacto estadístico”; asimismo, construyó una serie de gráficos generados a partir de series construidas mediante simple adición de números aleatorios, y llegó a la conclusión de que en tales gráficos, podrían encontrarse las figuras del análisis técnico-gráfico de igual manera que cabe encontrarlas en el análisis gráfico de los precios bursátiles y es que el método usual de graficar los precios de las acciones da un aspecto de sucesivos niveles más bien que de cambios y los niveles pueden dar una apariencia artificial de pauta o tendencia.

La historia de los niveles del mercado se comporta como si los niveles hubieran sido generados por una acumulación de resultados dados por un método aleatorio. Roberts concluyó que “esta ruleta no tiene memoria”. Y es que si el mercado se comportara como una rueda de ruleta mecánicamente imperfecta, la gente notaría las imperfecciones y actuando sobre ellas, las haría desaparecer.

Casi simultáneamente al de Roberts, apareció un trabajo en el que Osborne, reactualizando algunos conceptos ya utilizados por Bachelier, analizó la aleatoriedad de los movimientos de precios en el mercado de Nueva York entre los años 1924 y 1956. Tras estudiarlos teóricamente y empíricamente, Osborne concluyó que las sucesivas diferencias entre los logaritmos de los precios eran independientes, tenían una distribución constante y tal distribución era normal. Existen en este trabajo una serie de aspectos novedosos que lo hacen trascendente hasta el punto de que hay autores que consideran que es en 1959, con la publicación de los artículos de Roberts y Osborne, es cuando realmente comienza el trabajo moderno en este tema⁸⁸.

El primer aspecto a destacar es su atención a los precios de las acciones individuales en lugar de a los índices promedios del mercado, soslayando así las dificultades apuntadas por Kendall en el sentido de que los títulos individuales se comportan de forma diferente que las medias de tales títulos⁸⁹ y los números índice agregativos se comportan más sistemáticamente que sus componentes. El segundo punto es que Osborne fue el primero en destacar y justificar que el carácter aleatorio no corresponde tanto a los movimientos absolutos de precios, como a las variaciones en los logaritmos de los mismos.

Esto, hoy totalmente aceptado, equivale a la proposición de que los inversionistas del mercado están interesados en las variaciones proporcionales de los valores bursátiles, más que en los valores absolutos⁹⁰, pues la diferencia entre los logaritmos de los valores sucesivos de un valor bursátil, es casi equivalente al tanto por uno de variación habido entre ambos⁹¹. Un tercer aspecto a destacar es

⁸⁷ H. V. Roberts, “Stock Market Patterns and Financial Analysis: Methodological Suggestions”, *Journal of Finance*. v. 14. Núm. 1. Marzo 1959. pp. 1-10.

⁸⁸ J. H. Lorie y M. T. Hamilton, “The Stock Market...” op. cit., p. 72.

⁸⁹ M. G. Kendall, “The Analysis...” op. cit., p. 11.

⁹⁰ P. H. Cootner, “The Random...” op. cit., p. 82.

⁹¹ Siendo “ P_{t-1} ” y “ P_t ” los valores tomados, por el título de que se trate, al principio y al final, respectivamente, del periodo «t», y « ΔP_t » la diferencia entre ambos, desarrollando en serie de Taylor el valor:

$$\ln P_t - \ln P_{t-1} = \ln(P_t - \Delta P_t)$$

el de que Osborne fue pionero en el empleo del comportamiento de la varianza de las variaciones del precio, en intervalos diferenciales sucesivamente más largos como test de independencia⁹².

A partir de este trabajo puede considerarse que comienza una nueva concepción de la naciente TCA de los precios bursátiles, según la cual no solo existe independencia entre las sucesivas variaciones porcentuales de los precios de cada título, sino que además la distribución de tales variaciones es constante a lo largo del tiempo. Más aún, Osborne señaló que tal distribución, la de las sucesivas diferencias entre los logaritmos de los valores que va tomando cada título, es normal. A esta posición se la denominaría posteriormente, log-normal o de “Bachelier – Osborne”.

Este interés se vio incrementado con la publicación en noviembre, de un trabajo en el que Larson⁹³ aplicando el “índice de continuidad”⁹⁴, creado por Working⁹⁵ para estudiar los precios de futuro del maíz en el mercado de Chicago en los periodos 1922-1931 y 1949-1958, concluyó interpretando que “las variaciones de los precios en el mercado están estrechamente vinculadas a las noticias del mismo y tienden a ser un verdadero reflejo de las variaciones de la demanda y las condiciones de la oferta”⁹⁶.

Al año siguiente del trabajo de Larson, en el que éste prestó especial atención a la búsqueda de explicaciones económicas al comportamiento observado en las series de precios, Alexander⁹⁷, tras criticar y puntualizar algunos trabajos anteriores al suyo, vino a destacar la posibilidad de que las variaciones de precios fueran dependientes sin estar correlacionadas linealmente, lo que es posible si las existentes son no lineales o la distribución subyacente no es normal.

Pero lo más interesante del trabajo de Alexander fue su análisis de filtros. Fijando por ejemplo, un filtro del 5%, tal análisis se basa en el cálculo de la rentabilidad que podría haberse obtenido siguiendo la regla siguiente: “si el mercado sube un 5%, ir en largo y permanecer en esa posición hasta que descienda un 5 %, y en ese momento, vender y tomar una posición a corto hasta que vuelva a subir un 5 %”. Tal rentabilidad se compara con la que se hubiera generado siguiendo una estrategia “ingenua” como la “buy and hold”, consistente en adquirir una serie de títulos elegidos al azar -o sencillamente, el título medio cuya evolución recoge un índice general de bolsa- y mantenerlo en cartera. Con este tipo de test se pretende determinar la existencia o no de dependencias no lineales.

Todo ello condujo a Alexander a concluir que las variaciones de precio parecen seguir una caminata aleatoria en el tiempo, pero cada movimiento, una vez iniciado, tiende a persistir. En particular si el

se observaría que:

$$\ln R_t - \ln R_{t-1} \cong \frac{\Delta R_t}{R_t}$$

con lo que quedaría demostrada la afirmación realizada.

⁹² P. H. Cootner, “The Random...” op. cit., p. 82.

⁹³ A. B. Larson, “Measurement of a Random Process in Futures Prices”, Food Research Institute Studies. Vol. 1. núm. 3. noviembre 1960. pp. 313-324.

⁹⁴ El índice de continuidad se basa en la relación entre el rango (diferencia entre los valores máximo y mínimo) de una serie en un determinado intervalo y la suma de los rangos de los “sub intervalos. de igual longitud y no superpuestos. que se encuentran dentro de dicho intervalo. La serie de valores del índice de continuidad. designado "H". para sub intervalos de un día e intervalos de dos, cuatro, ocho... doscientos cincuenta y seis días, trazan una curva que forma la base de los procedimientos de estimación. Los valores positivos de "H" se dan cuando el rango de las series tiende a exceder del esperado de unas series de recorrido aleatorio sobre intervalos de una determinada longitud. Los valores negativos de "H" implican que el rango tiende a ser inferior al de las series de recorrido aleatorio. (A. B. Larson, “Measurement...” op. cit., p. 319).

⁹⁵ H. Working, “New Ideas...” op. cit.

⁹⁶ A. B. Larson, “Measurement of...” op. cit., p.324.

⁹⁷ S. S. Alexander, “Price Movements...” op. cit.

mercado se ha movido al alza un “x” por ciento, es probable que se mueva más allá del “x” por cien al alza antes de que descienda un “x” por ciento. Esta proposición parece válida para los valores de “x” que van del 5 al 30 %⁹⁸.

Los resultados de Alexander fueron muy criticados. Así, Helperto⁹⁹ y Levine¹⁰⁰, empleando la técnica de los filtros, no pudieron conseguir unos resultados similares a los de Alexander.

En definitiva, Alexander se basó en el supuesto de que dos precios intermedios podían interpolarse mediante alguna función continua de tiempo continuo. Esto es, donde quiera que haya una diferencia superior al 5 % entre el precio de cierre del día F' y el del F", Alexander implícitamente supuso que había un instante entre esos momentos en que el precio se encontraría exactamente a un 5%. Así, Alexander sobreestimó las ganancias correspondientes a este método de especulación y la impresión de que la ganancia era positiva puede ser una ilusión debida a la optimista evaluación de lo que ocurre durante las rápidas variaciones de precios.

En un trabajo posterior¹⁰¹, Alexander reconoció las críticas que se le habían formulado e introdujo un factor de corrección, aplicándolo a su análisis anterior. Tras la introducción de tales correcciones, pocas fueron las ocasiones en que los filtros resultaron más favorables que la simple estrategia de “compra y mantenimiento”.

En 1962, aparecieron dos trabajos. En el primero, debido a Cootner¹⁰², se tomaron 45 títulos cotizados en el mercado de Nueva York y se estudiaron sus precios semanales en períodos diferentes para los distintos títulos, pero todos ellos comprendidos entre 1950 y 1960. Tras aplicar diversas reglas técnicas (filtros, medias móviles, etc.) y análisis estadísticos (índice de continuidad, matrices de transición), no obtuvo sino conclusiones favorables a la hipótesis de independencia de la TRA. Cootner desarrolló además una teoría para explicar las formas encontradas en las distribuciones empíricas (la denominada “Teoría de las Barreras Reflectantes”).

El segundo trabajo aparecido en 1962, fue desarrollado por Moore¹⁰³, quien en base a un análisis (coeficientes de autocorrelación y de direcciones) de los precios de los valores bursátiles de un conjunto de compañías norteamericanas seleccionadas aleatoriamente, aportó nuevas pruebas de independencia.

La objeción apuntada por Cootner a los análisis realizados hasta el momento, en el sentido de que si el comportamiento del mercado es más complicado de lo que sugieren los modelos de recorrido aleatorio, serían necesarias unas pruebas estadísticas más sofisticadas para descubrirlo¹⁰⁴ parece que hubiera incentivado a Granger y Morgenster¹⁰⁵ a intentarlo. Éstos aplicaron los métodos espectrales al análisis de la Bolsa de Nueva York, mediante el estudio de los precios semanales (1957-1961) y mensuales (1946-1960) de las acciones de varias empresas estadounidenses, así como las series

⁹⁸ S. S. Alexander, “Price Movements...” op. cit., p. 26.

⁹⁹ S. R. Helpem, “An Analysis of Stock Price Movements Using Stop Orders”, Tesis no publicada, M.I.T. 1962.

¹⁰⁰ S. Levine, “Heuristic Determination of Optimum Filters for Use in a Rule for Speculative Market Action”. Tesis no publicada, M.I.T., 1962.

¹⁰¹ S. S. Alexander, “Price Movements in Speculative Markets: Trends or Random Walks, núm. 2. Industrial Management Review, Vol. 5, núm. 2. Primavera I 1964. pp. 25-46.

¹⁰² P. H. Cootner, “Stock Prices: Random...” op. cit.

¹⁰³ A. B. Moore, “A Statistical Analysis of Common Stock Prices”, Tesis no publicada, Graduate School of Business. Universidad de Chicago, 1962.

¹⁰⁴ P. H. Cootner, “Stock Prices...” op. cit., p.45.

¹⁰⁵ C. W. J. Granger y O. Morgenstem, “Spectral Analysis of New York Stock Market Prices” *Kyklos*, v. 16, J 1963, pp. 1-27.

semanales de precios de la Securities and Exchange Commission (SEC) (1939-1961), el índice mensual Standard and Poor's (1915-1961) y el también mensual Dow Jones (1915-1961).

Aunque en su aplicación al campo económico, el análisis espectral estaba todavía bajo un activo desarrollo, concluyeron que dado que los precios de los valores siguen recorridos aleatorios, el inversionista a corto plazo se introduce en un "juego limpio" lo que es mejor que jugar a la ruleta, dado que este juego está sesgado en favor de la banca.

En 1964, Granger y Morgenstern en unión de Godfrey, ampliaron el análisis anterior a otras series del mercado de Nueva York y lo extendieron al de Londres¹⁰⁶. Estudiaron las series semanales, desde enero de 1959 hasta diciembre de 1962, del Financial Times Industrial Index, el Economic Indicator, el Bargains Market (todos ellos del mercado de Londres) y los índices Standard and Poor's Industrial y de bonos del gobierno (ambos de Nueva York), así como las series diarias de precios de tres empresas, concluyendo que el modelo de la caminata aleatoria "es el único mecanismo que es consistente con la irrefrenable persecución de beneficio por parte de los participantes en el mercado", lo que "no prejuzga el posible valor de la información interna" que definen como "aquella de que dispone solo un pequeño segmento del mercado y que si fuera de conocimiento general, produciría una variación predecible de precios".

En 1963, Mandelbrot publicó un trabajo¹⁰⁷ en el que frente a la postura mantenida hasta entonces, defendió la tesis de que la distribución de las variaciones en los logaritmos de los sucesivos precios no es normal. Hasta este trabajo, los diversos autores que estudiaron este aspecto, encontraron que tal distribución podía considerarse aproximadamente normal si bien ligeramente leptocúrtica y con unas colas algo más gruesas que la normal.

En opinión de Mandelbrot estos hechos justifican un enfoque radicalmente diferente del problema¹⁰⁸. Tal enfoque consistió en partir de un tipo de distribuciones genéricas, denominadas "estables" que fueron descritas por primera vez por Levy en 1925¹⁰⁹, y entre las que se encuentra la distribución normal.

Concretamente, denominando «a» al "exponente característico" de una distribución estable, «a» puede tomar cualquier valor superior a cero y menor o igual que dos, esto es, el coeficiente que determina la probabilidad total contenida en los extremos de las colas de la distribución, la normal se da solamente cuando «a» toma el máximo valor posible, es decir cuando «a» vale dos.

La nueva posición que se denominaría "pareto-estable", o de "Levy-Pareto", fue defendida teórica¹¹⁰ y empíricamente¹¹¹ en 1963, por Fama, un alumno de Roberts en la Universidad de Chicago que ha tenido un gran papel en el desarrollo de la moderna teoría financiera. Este punto de vista defendido por Fama en 1965¹¹², se contrapone en cierta forma, con los resultados obtenidos por Godfrey,

¹⁰⁶ M. D. Godfrey, C. W. J. Granger y O. Morgenstern, "The Random Walk Hypothesis of Stock Market Behavior", *Kyklos*. Vol. 17, 1964, pp. 1-30.

¹⁰⁷ B. Mandelbrot, "The Variation of Certain...", op. cit.

¹⁰⁸ *Ibid.*, p. 3y5.

¹⁰⁹ P. Levy, "Calcul des probabilités. Gauthier-Villars. Paris. 1925.

¹¹⁰ E. F. Fama, "Mandelbrot and the Stable Paretian Hypothesis", *Journal of Business*, Vol.36. Núm. 4, octubre 1963. pp. 420-429.

¹¹¹ E. F. Fama, "The Distribution of Changes of the Logarithm of Stock Prices", Tesis no publicada, Universidad de Chicago, 1963.

¹¹² E. F. Fama, "The Behavior...", op. cit.

Granger y Morgenstern en su citado trabajo de 1964¹¹³. Éstos encontraron que la función de distribución de las variaciones de precios podía considerarse normal.

CONCLUSIONES.

Por lo que se refiere a análisis de la TME desde la perspectiva de los enfoques clásicos del análisis y gestión de valores bursátiles, hasta la teoría de la caminata aleatoria llevado a cabo en el presente trabajo, se puede concluir que en conjunto, estos y algunos otros trabajos vinieron a mostrar la independencia existente entre las variaciones de los precios y el hecho de que éstos se ajusten a una distribución constante. Ambos presupuestos constituyen la base de la TCA.

De manera adicional, es posible concluir que entre los resultados obtenidos en los trabajos analizados, el que tal vez más ha llamado la atención entre los profesionales del mercado de valores y los economistas financieros fue el relativo a la independencia de los movimientos bursátiles. En efecto, si bien existían algunas evidencias en contra de la independencia absoluta, todo parecía indicar que la independencia, cuando menos en el mercado de Nueva York – el más estudiado de todos – los precios bursátiles parecían seguir una evolución aleatoria. A la vista de esta conclusión, la interrogante que se planteaba era la relativa a las condiciones que provocaban tal hecho.

Se trataba de saber en otras palabras, qué era lo que ocurría en el mercado de valores para que los precios evolucionaran aleatoriamente. Hoy día, tras el desarrollo de la teoría de los procesos estocásticos, se sabe que las primeras argumentaciones que se realizaron en este tema se referían más a los modelos de “juego limpio” (concepto ya acuñado por Bachelier), que al de la caminata aleatoria.

Pero tales explicaciones tienen un interés que sobrepasa al mero objetivo buscado por sus creadores; y es que en este nuevo proceso nacería una nueva teoría: la del mercado eficiente (TME) que ha revolucionado la visión clásica de los mercados de valores organizados en todo el mundo, en términos de la búsqueda del mecanismo de mercado que conduce a la eficiencia, que deberá ser justamente el punto de partida para investigaciones posteriores.

BIBLIOGRAFÍA.

- ALEXANDER, S. S. “Price Movements in Speculative Markets: Trends or Random Walks”, Industrial Management Review, Vol. 2. Núm. 2, mayo 1961 (pp. 7-26). p. 9.
- BACHELIER, L. “Theory of Speculation”, trabajo recogido en la obra de P. H. Cootner. ed. “The Random Character of Stock Market Prices”, M.I.T. Press. Cambridge. 1964. pp. 17-77.
- BISHOP, G. W. “Charles H. Dow and the Dow Theory”, Appleton Century Crofts, Englewood Cliffs, 1960.
- COWLES, A. “Can Stock Market Forecasters Forecast?” Econometrica. Vol. 1, núm. 4, Julio 1933, pp. 309-324.
- WORKING, H. “A Random-Difference Series for Use in the Analysis of Time Series”, Journal of the American Statistics Association. Vol. 29, núm. 1, marzo 1934, pp. 11-24.

¹¹³ M. D. Godfrey, C. W. J. Granger y O. Morgenstern, “The Random Walk...” op. cit.

COWLES A. y H. E. Jones, "Some a Posteriori Probabilities in Stock Market", Econometrica. vol. 5, núm. 3. Julio 1937. pp. 280-294.

COWLES, A. "A Revision of Previous Conclusions Regarding Stock Price Behavior". Econometría. Vol. 28, núm. 4, octubre 1960, pp. 909-915.

FAMA, E. F. "Random Walks in Stock Market Prices", Financial Analyst Journal, Vol. 21, núm. 5, septiembre-octubre 1965 (pp. 55-59), p. 55.

FAMA, E. F. "The Behavior of Stock-Market Prices", Journal of Business. Vol. 38. Núm. 1, enero 1965 (pp. 34-105), p. 34.

FAMA, Eugene (1970), "Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work", Journal of Finance, EE.UU, pp. 383-417.

FAMA, E. F. y M. E. Blume, "Filler Rules and Stock Market Trading", Journal of Business. Vol. 39. Núm. 1. enero 1966, pp. 226-241.

FAMA, E.F. (1991), "Efficient Capital Markets: II", Journal of Finance, EE.UU, pp. 1575 – 1617.

FAMA, E. F. "Mandelbrot and the Stable Paretian Hypothesis", Journal of Business, Vol.36. Núm. 4, octubre 1963. pp. 420-429.

FAMA, E. F. "The Distribution of Changes of the Logarithm of Stock Prices", Tesis no publicada, Universidad de Chicago, 1963.

GRANGER, C. W. J. y O. Morgenstem, "Spectral Analysis of New York Stock Market Prices", Kyklos. Vol. 16, 1963, pp. 1-27.

GODFREY, C. W. J. y O. Morgenstem, "The Random Walk Hypothesis of Stock Market Behavior", Kyklos. Vol. 17, 1964, pp. 1-30.

GROSSMAN, Sanford and Stiglitz, Joseph (1980), "On the Impossibility of Informational Efficient Markets", American Economic Review, Vol.70, pp. 393-408, USA.

KRUIZENGA, R. J. "Put and Call Options: A Theoretical and Market Analysis", Tesis Doctoral no publicada. Massachusetts Institute of Technology. 1956.

LARSON, A. B. "Measurement of a Random Process in Futures Prices", Food Research Institute Studies. Vol. 1. núm. 3. Noviembre 1960. pp. 313-324.

LEVY, P. "Calcul des probabilités. Gauthier-Villars. Paris.1925.

LEVINE, S. "Heuristic Determination of Optimum Filters for Use in a Rule for Speculative Market Action". Tesis no publicada, M.I. T., 1962.

MACAULAY, F. R. "Interest Rates. Bond Yields and Stock Prices", National Bureau of Economic Research. Nueva York. 1938.

MALKIEL, B. (1992), "Efficient market hypothesis", in Newman, P. M., Milgate, M. E. Eatwell, J. (eds.) New Palgrave Dictionary of Money and Finance, Macmillan, London.

MODIGLIANI, F. y Miller, "Dividend Policy. Growth and the Valuation of Shares", Journal of Business. Vol. XXXIV. Núm. 4, octubre 1961. pp. 411-433.

MONTIER, B. "L'analyse technique du marché des valeurs mobilières", Analyse Financière, núm. 2, 1969. p. 37.

OSBORNE, M. F. M. "Brownian Motion in the Stock Market", Operations Research. Vol. 7. Núm. 2. marzo-abril 1959.

OSBORNE, M. F. M., "Periodic Structure in the Brownian Motion of Stock Prices", Operations Research. v. 10. Núm. 3. mayo-junio 1962. pp. 345-379.

PEARSON, Karl and the Right Honorable Lord Rayleigh, "The Problem of the Random Walk", Nature. Vol. 72. Núm. 1.865. pp. 294. 318 y 342.

RHEA, R. "The Dow Theory", Barron's, Nueva York, 1932.

ROBERTS, H. V. "Stock Market Patterns and Financial Analysis: Methodological Suggestions", Journal of Finance. v. 14. Núm. 1. Marzo 1959. pp. 1-10.

ROLL, R. and Ross, S. (1994), "The Arbitrage Pricing Theory Approach to Strategic Portfolio Planning", Financial Analysis Journal, May. – Jun. EE.UU, pp. 14 – 16.

SUÁREZ Suárez A. S.: "Decisiones Oprimas de Inversión y Financiación en la Empresa", Editorial Pirámide. Madrid. 1977, pp. 364 y 365.

SOLOMON, E. "The Theory of Financial Management", Columbia University Press. Nueva York. 1963.

TINBERGEN, J. "The Dynamics of Share Price Formation", Review of Economics and Statistics. Vol. XX. 1938. pp. 57-71.

WALLER, J. E. "Dividend Polices and Common Stock Prices", Journal of Finance. Vol. XI, marzo 1956. pp. 2941.

WILLIAMS, J. B. "The Theory of Investment Value", Harvard University Press. Cambridge. Mass. 1938.

WHILBECK, V. S. y M. Kisor, "A New Tool in Decision Making Financial Analyst", Journal. vol. 19. Núm. 3. mayo-junio 1963. pp. 55-62.

ESTUDIO DEL DESEMPEÑO DE LA BANCA SOCIAL Y LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO COMO OPERADORA DE MICORCRÉDITOS EN ZONAS RURALES QUE IMPULSEN EL DESARROLLO SOCIAL DEL ESTADO.

Norma Laura Godínez Reyes godinez5@yahoo.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Angélica Guadalupe Zamudio de la Cruz angyzamudio@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

Resumen:

La Banca social y las finanzas populares por el mercado al que atienden, representan una oportunidad de negocio inviable para la banca tradicional y una herramienta de desarrollo regional sustentable. A partir de la legislación en materia de banca social, esta banca se ha ido transformando en dos instituciones financieras principalmente: Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo y Sociedades Financieras Populares. Bajo este esquema, el reto que enfrentan estas Instituciones, es el de poder crecer para satisfacer las necesidades de este sector popular y lograr una sustentabilidad económica y social. El reto que enfrentan puede resumirse principalmente en dos objetivos: Incrementar su nicho de mercado y ofrecer instrumentos de ahorro y financiamiento adecuados a su mercado meta.

El presente trabajo, hace un recuento del lugar que ocupa la banca social dentro del sistema financiero mexicano, como se regula y las experiencias nacionales y extranjeras en materia del desarrollo de la banca social que existen. Muestra además la metodología que ha seguido Instituciones Internacionales como el Grameen Bank y el ICIC Bank, para acceder a la provisión de servicios financieros a los mercados tradicionalmente excluidos por la banca tradicional, el mercado de los pobres, y a los que por sus características y volumen, la banca de desarrollo no alcanza a satisfacer. Estas Instituciones han desarrollado lo que ellos llaman Grupos Solidarios de Autoayuda, bajo este esquema, se presenta una propuesta para que la banca social (representada por Cooperativas de Ahorro y Préstamo y Sociedades Financieras) pueda ofrecer servicios financieros a los pobres en el sector urbano, suburbano y rural en condiciones de justicia social y rentabilidad sustentable para la Institución. Así, esta banca social haciendo uso de economías de escala, podrá ampliar su mercado y con ello lograr metas más competitivas, acorde a lo que espera el Sistema Financiero Mexicano de ellas.

Palabras clave: Micro-finanzas, banca social, grupos solidarios de autoayuda, capital social, Cooperativas de ahorro y préstamo.

Abstract

The social banking and the popular finances due the market they attend (a market for the lower classes), represents a business opportunity, unavailable yet for the traditional banking and sustainable regional development tool. At the beginning of 2001, the new Law of Savings and Popular Loans, demands to all the Social Banking Institutions, to become one of two Corporations: either Savings and Loan Associations or Popular Finances Association. In this scheme the challenge is too grow and become sustainable. Their challenge is mainly to reach these two objectives: to increase their clients and to offer them new investment securities ad-hoc at their goal markets.

This article is a summary of the research done that includes a compilation of the place that the social banking has in the Mexican Financial System, its Law and regulations, and the national and international experiences in its development that exists of the social banking. It also shows, the methodology that has followed International Firms as Grameen Bank in Bangladesh and the ICICI Bank in India, to be able to provide at poor people of the financial services as a Microcredits or group savings accounts. These Institutions have developed what they called: Self-Help Groups, and under this scheme, we present and offer that the social banking Institutions (Co-ops and Financial Associations) can offer at the poor people market, financial services in order to get a bigger market and be economic and social sustainable. Therefore, the social banking through the economics of scale can enlarge their goal market and get more competitive goals in accordance of what the Mexican Financial System expects.

Key words: Microfinances, Social Banking, Self-help groups, Social Equity, Savings and Loans Co-operative.

INTRODUCCIÓN

Las estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (INEGI, 2005) muestran que la pobreza en México representa el 60% del total de la población. La pobreza no sólo es problema de falta de ingresos, es también la incapacidad de hacerse oír, falta de poder y de representación, internacionalmente se consideran pobres a las personas que viven con menos de dos dólares al día. Se puede pensar que este sector de la población requiere más de empleo, ingresos, vivienda, servicios públicos y de oportunidades de educación antes que de servicios bancarios mínimos; sin embargo, es conocido que el círculo de la pobreza es susceptible de romperse a través del fomento del ahorro y del buen uso del financiamiento para proyectos productivos que propicien la formación de capital (entendiéndose por capital la formación del patrimonio que cada familia debe hacer para salir del círculo de pobreza) en las familias. Asimismo, como lo dice Carola Conde (2001) “las familias de bajos ingresos quieren, pueden y necesitan ahorrar y lo podrán hacer si tienen instituciones e instrumentos financieros apropiados a sus peculiaridades”; sin embargo, la escasez de servicios financieros formales para toda la población, es un obstáculo que evita romper el círculo de la pobreza en México. Por esta razón es de primordial importancia contar con servicios financieros adecuados “a sus peculiaridades” como lo dice Carola Conde.

Bajo esta perspectiva, podemos pensar que la banca social puede ser capaz de encontrar formas innovadoras para contribuir a llevar servicios financieros a más sectores de la población mexicana, disminuir la pobreza y lograr construir mercados eficientes en los sectores medios y populares.

En la actualidad la banca social y las finanzas populares en México han proporcionado a comerciantes o pequeños empresarios independientes, acceso limitado a servicios financieros que por carecer de registros contables y/o fiscales al acercarse a la banca tradicional, le son negadas las oportunidades de acceder a un crédito y cristalizar sus proyectos. Las razones por las que no son considerados sujetos de crédito o clientes dentro de la banca tradicional, son debido a que carecen de propiedades o ingresos regulares comprobables que sirvan de garantía de crédito y a los bajos excedentes de efectivo que pueden llegar a tener para el ahorro; por esta razón, el sector natural que puede brindarles servicios adecuados es la Banca Social. En la actualidad la Banca Social está formada por las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo (SCAP) y Sociedades Financieras Populares (SF) según lo marca la Ley de Ahorro y Crédito Popular (LACP); sin embargo, apenas llegan a captar menos del 10% de este sector y principalmente en zonas urbanas. Adicionalmente,

solo ofrecen productos similares a los que ofrece la banca tradicional con diferencia en la forma que exigen garantías para financiamientos y productos de inversión que no fomentan la cultura financiera, ni el ahorro productivo.

En base a este planteamiento, es de vital importancia el proporcionar servicios financieros a un mayor número de personas de la población pobre y desarrollar mecanismos viables y sustentables dentro de las instituciones financieras populares del país. Bajo esta perspectiva la propuesta se enfoca en que la banca social ofrezca microcréditos garantizados en el capital social (entendiéndose el capital social como el conjunto de recursos reales o potenciales a disposición de los integrantes de una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas que permiten que los grupos integrantes confíen entre sí) e instrumentos de ahorro grupal en comunidades rurales a través de la formación de un departamento especializado de Formación de Grupos Sociales dentro de las SCAP y SF que cuente con personal altamente capacitado en materia de microcréditos y en desarrollo humano, sensible, con vocación de servicio comunitario y con capacidad de visualizar negocios en los pequeños grupos.

HIPÓTESIS

Las instituciones de banca social al instituir en sus oficinas departamentos o áreas que formalmente promuevan la formación de grupos sociales y capital social como garantía de microcréditos, junto con el desarrollo de instrumentos financieros adecuados en el sector popular, ofrecerá una opción viable para coadyuvar con el desarrollo sustentable regional e incrementar su base de negocios.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Principal:

Identificar la viabilidad económica y social del sistema de ahorro popular (banca social) para impulsar proyectos de inversión productivos que fomenten la cultura financiera y el desarrollo del ahorro que financie la inversión productiva en el sector popular de nuestro país.

Complementarios:

- Apoyar en la planificación de procesos y estrategias locales para el otorgamiento de crédito a proyectos productivos de empresas o grupos sociales, a través de la banca social.
- Reconocer que la generación de riqueza en las micro y pequeñas empresas de nuestro país, se puede lograr a través de una eficiente derrama de financiamiento a este sector en condiciones justas y viables para el sector financiero no bancario y el inversionista-ahorrador
- Identificar los principales desafíos para el desarrollo de la banca social en el Estado de Michoacán y proponer estrategias para su implementación

Desarrollo

Las estrategias que la banca social sigue para comercializar sus productos y servicios financieros a la población que desde una perspectiva comercial, son un mercado poco viable debido a su baja capacidad de consumo y su minúsculo poder de compra, van en función de ofrecer servicios financieros formales a esta población marginada y aseguran que el ahorro popular se canalice formalmente hacia las actividades productivas desarrolladas en la población.

En la actualidad, según datos de Bansefi, en el país sólo el 37% de la población económicamente activa (PEA) tiene acceso a los servicios financieros de la banca comercial, el 15% tiene posibilidades muy limitadas y es atendido por lo que conocemos como la banca social, el otro 13% lo recoge la banca de desarrollo, mientras que el 35% restante no cuenta con acceso a servicios financieros formales. Según el INEGI (2007) en la información estadística del Banco de México, el crédito otorgado por la banca de desarrollo representa el 22% del crédito colocado a través de la banca comercial y el de la banca social menos de la cuarta parte de éste. Con ello podemos afirmar que la intermediación de las cajas populares representa menos del 10% del crédito otorgado en el país, con un mercado con grandes oportunidades de crecimiento y con al menos ese 35% de población como mercado meta. En el estado de Michoacán, los datos son muy similares, la población total es de 4 millones de personas y de éstas, el 30% (como se muestra en la siguiente tabla) son población marginada en su mayoría en zonas rurales y con muy escasa oportunidad de acceder a servicios financieros.

Entidad Federativa	Población	# de Municipios	%
Michoacán de Ocampo	3 966 073	113	100%
Población con alta marginación	573 559	5	14%
Población con muy alta marginación	602 475	35	15%
total de la población con marginación	1 176 034	40	30%

Cuadro 1

Fuente: Elaboración propia con datos de las estimaciones de la CONAPO con base en el II Censo de Población y Vivienda 2005 y Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2005 (IV Trimestre)

Este millón de habitantes representa el mercado al que la banca social debiera llegar o al menos al 50% de esta cifra (la población con alta marginación). Morelia cuenta con Instituciones financieras que prestan servicios básicamente en zonas urbanas. La banca social (Cajas Populares) no reportan sucursales en las zonas rurales de mayor marginación. Esto nos da una proporción baja de cobertura en zonas rurales, mercado que estas entidades financieras de ahorro y préstamo estarían en condiciones de cubrir. Es un trabajo que no se puede hacer en forma individual, para ello se requiere de organización, asociación e innovación en las formas de hacer llegar los servicios financieros a las comunidades, así como de una estructura bien organizada y metas específicas a lograr.

En base a lo anterior y a la experiencia de entidades nacionales y extranjeras, a continuación se presentan tres estrategias para que la Entidades Financieras de Ahorro y Préstamo sigan, con la finalidad de desarrollar negocios económicamente viables desde el punto de vista comercial en el mercado de personas de renta baja.

Estrategia 1. Aumentar la penetración financiera y bancaria en zonas rurales mediante formas innovadoras para definir puntos de distribución en el Estado de Michoacán.

- a. Establecer en forma sistematizada, una ruta financiera de negocios para distribuir los servicios financieros en las comunidades. Enfatizar la importancia del tamaño de la población, los servicios con los que cuenta y su actividad principal.
- b. Establecer alianzas con miembros de la comunidad, con sus proveedores o con Instituciones gubernamentales que proporcionen otros servicios o productos a la localidad, con la finalidad de hacer economías de escala en la distribución de servicios financieros y en logística de operación.
- c. Iniciar la búsqueda de métodos eficientes y costeables de banca virtual, que permita a los empleados de las entidades, hacer llegar los servicios financieros a las comunidades en un entorno de seguridad y confianza para ambas partes. (Cajeros automáticos, autobús-banco, cajeros móviles, tarjetas digitales inteligentes, banca por medio de la telefonía celular).
- d. Fondo exitoso de recursos financieros a través de nuevas estrategias de financiamiento de la banca social, ya comunes en la banca tradicional pero innovadoras para la banca social, como lo son: el fondeo de recursos a través de colocaciones en el mercado de dinero, en el mercado de capitales o en el de derivados; así como incursionar y dar empuje a mercados coyunturales como la tan anunciada bolsa agropecuaria y agrícola.
- e. Aprovechar los trabajos de la Secretaría de Desarrollo Social y de los Bancos Comunitarios en materia de formación de Grupos Solidarios (GS).

Estrategia 2. Prepararse para reaccionar al mercado rural.

- a. Definición del Mercado Meta al que se pretende llegar. Relacionar en forma detallada la forma en la que se seleccionarán los grupos sociales de autoayuda, sus integrantes, las reglas a seguir y mecanismo de operación.
- b. Diseño y desarrollo de la estructura de un Programa de Desarrollo de Negocios en Zonas Rurales. El personal, sus categorías, obligaciones y responsabilidades, jerarquías, formas de comunicación, así como las características de cada puesto.
- c. Diseño y desarrollo de programas de administración y contabilidad para el manejo del Programa.
- d. Diseño y desarrollo de manuales de políticas y procedimientos para la toma de decisiones.
- e. Capacitación y sensibilización del personal a cargo del proyecto.
- f. Elaboración de programas de capacitación para los miembros líderes de los grupos sociales en las comunidades (en colaboración con organismos Institucionales y/o gubernamentales).
- g. Preparación del estudio de viabilidad financiera con la finalidad de dar certidumbre a la Entidad Financiera.
- h. Definición de un Portafolio de servicios básicos, con la posibilidad de expansión en la medida que programa local crezca.

Estrategia 3. Enfoque de Mercado. Pensar en los pobres como empresarios con capacidad creativa y de pago, así como en consumidores y clientes potenciales con necesidades específicas y sentido de valor.

- a. Identificar las características del mercado meta, ratificar la existencia de una necesidad financiera insatisfecha.
- b. Determinar la cantidad de servicios que la entidad puede ofrecer y la comunidad adquirir.

- c. Definir la estrategia a impulsar para la apertura de negocios en las diferentes comunidades.
- d. Determinar los medios para hacer llegar a los GS el servicio. Los canales de distribución.
- e. Identificar y cuantificar los riesgos que el servicio corre de no ser aceptado.

Estructura organizacional de las empresas que otorgarán este tipo de financiamientos

Para que las estrategias anteriormente mencionadas funcionen, las instituciones financieras (SCOAP's) deberán de tener una verdadera vocación de servicio y de desarrollo, en este sentido la estrategia es muy viable debido a que las Cooperativas y la banca social en general, son entidades sin fines de lucro y con vocación de servicio a favor de la comunidad, lo cual se demuestra fácilmente con la creación de sus fondos sociales, por lo que parte de los rendimientos obtenidos usualmente se van (y deberán de ir) en beneficio de la sociedad a su alrededor, lo que a la larga genera confianza y lealtad en sus socios y clientes.

Bajo esta perspectiva, la banca social debe innovar mecanismos de captación y colocación de recursos financieros entre los más pobres y en las zonas rurales estratégicas de desarrollo social. Por tanto el objetivo del proyecto de esta banca social deberá de ser el de:

“Identificar y apoyar las iniciativas de los pequeños grupos de ahorradores en la puesta en marcha de proyectos productivos, con la finalidad de financiarlos para mejorar las capacidades y reducir la pobreza de este sector al participar en el desarrollo propio y el de su comunidad. Formar capital social en materia de ahorro, constancia y compromiso en los grupos. Encontrar el equilibrio financiero y la sustentabilidad económica de los proyectos”

Propuesta Técnica de Operación

El primer paso debe ir encaminado a desarrollar una estructura formal de banca minorista para atender a estos grupos sociales. La estructura estará formada con una jerarquía de tres niveles únicamente la cual se forma de la siguiente manera:



Cuadro 2. Estructura organizacional propuesta del departamento especializado en microcréditos

Cada entidad financiera, deberá de crear un departamento especializado en *microcréditos y formación de grupos sociales*. La finalidad del departamento será la de responsabilizarse del ahorro y la evaluación económica de los proyectos, así como la de promover la formación de grupos sociales. El responsable de este departamento será el **Gerente del departamento de proyectos de inversión de grupos sociales**, y su función será la de dirigir, asesorar y supervisar la labor de los *Asesores* a su cargo, así como de la verificación de que los créditos a otorgar cumplan con los requisitos requeridos y por lo consiguiente proceder a su autorización. A partir de este punto, es importante que la Institución financiera, tenga personal profesionalizado, con capacidad de tomar decisiones y asesorar a los empleados a su cargo y a los miembros de los grupos sociales en formación.

Los **Asesores de proyecto** tendrán la responsabilidad de contactar e identificar a las *Promotores* de la comunidad, capacitarlos en el manejo de la documentación para el registro de los ahorros y los créditos, realizar visitas domiciliarias periódicamente, auditar a los grupos sociales (en su administración y su actividad financiera de ahorro y crédito), documentar las operaciones realizadas en cada grupo social, asesorar y solucionar problemas que surjan en el proceso de inversión y de financiamiento. Tendrá asimismo, la obligación de promover la conformación de grupos de autoayuda solidarios, y según las experiencias del Banco Rural y Cemex, podrá ser responsable de asesorar al menos 6 *Promotores* (de 6 a 10) los cuales tendrán la posibilidad de coordinar 120 grupos de autoayuda solidarios (10 grupos por mes).

Finalmente, los **Promotores de las comunidades**, serán los responsables de la creación de los grupos solidarios de autoayuda. Estas personas formarán en los grupos, la responsabilidad colectiva a través de su enseñanza en el ahorro, el préstamo de lo ahorrado y la solicitud de préstamos con responsabilidad. Será ideal que los promotores sean en su mayoría mujeres y trabajarán por comisión, la cual dependerá del número de socios que logren inscribir al programa y de la eficiencia en el ahorro y pago de sus grupos solidarios formados.

Las características que deberán de tener los grupos solidarios de autoayuda, serán los siguientes:

1. Cada grupo solidario estará formado entre 5 y 10 individuos (mujeres de preferencia ya que son las principales impulsoras del ahorro familiar), mayores de edad, que contribuyan a los ingresos de una familia y cuyo ingreso los sitúe en el nivel de pobreza.
2. Los grupos de autoayuda nombrarán a un líder, el cual se encargará de recolectar las cuotas, entregarlas a la entidad financiera, efectuar reuniones semanales.
3. Se nombrará también un secretario, quien será el encargado de registrar los ahorros y los pagos de préstamos semanales, de la lista de asistencia de los integrantes y de llevar una bitácora con los acuerdos tomados en las reuniones (las cuales no serán de más de 30 minutos).
4. Ya conformado el grupo, la entidad financiera tendrá la obligación de capacitar a los líderes y secretarios, en relación a los conceptos de ahorro, crédito, evaluación de sus proyectos y la banca en general, haciendo énfasis en la idea de que el ahorro les permitirá salir de la pobreza, porque reduce su vulnerabilidad al consumo y a las eventualidades.
5. Los grupos deberán crear un ahorro semanal durante 6 meses, para que puedan ser evaluados por la entidad financiera con un proyecto financiable.
6. Luego de 6 meses de capacitación y el monitoreo de la regularidad de sus reuniones y de la captación efectiva del ahorro, el grupo podrá acceder a un crédito.
7. Los miembros del grupo son los que evalúan el crédito preliminarmente y ellos son los que deciden a quiénes se le debe de proporcionar.
8. La aprobación final del crédito la hace la entidad financiera.
9. Todos los miembros del grupo se avalarán entre sí, con lo que se conformará la garantía social que se documenta en el registro del grupo solidario.
10. Se elaborará un reglamento de sanciones y multas en caso de incumplimiento de los términos de las obligaciones de los miembros del grupo.

Estrategias de operación.

Los funcionarios de la entidad financiera, serán los responsables de la apertura de cuentas grupales de ahorro donde se depositarán los ingresos semanales de los grupos solidarios de autoayuda, que serán entregados periódicamente por los promotores de las comunidades a la entidad financiera, para ello se establecerán “Centros de acopio de cuotas” en los lugares cercanos a las comunidades, o se usarán la banca de primer piso, si es que hubiere. Se elaborarán estados de cuenta globales (por Zona o Promotor, dependiendo del número de grupos) con los que los promotores trabajarán para presentar la información financiera correspondiente a cada uno de sus grupos.

Los créditos deberán de seguir los siguientes lineamientos:

1. Monto: variará en función del proyecto que se tenga, y fluctuará entre \$3,000 y \$300,000 pesos (este último monto en función de proyectos agropecuarios o del campo en general).
2. No se solicitará garantía en los créditos de hasta \$30,000 pesos.
3. La cuenta de ahorros del grupo no servirá de garantía; sin embargo el grupo solidario es responsable.
4. La entidad financiera evaluará la eficiencia de la recuperación del crédito en función de la solidaridad del grupo, su disciplina crediticia y su responsabilidad colectiva.
5. La tasa de interés variará en función del monto del proyecto.

6. Los créditos se otorgarán en un corto y mediano plazo.
7. Los pagos y depósitos del ahorro se harán semanalmente.
8. El acceso a un nuevo crédito, dependerá de la eficiencia en la recuperación del primer préstamo.
9. La entidad financiera, financiará los créditos con recursos propios y a través del fondeo de recursos con otras instituciones financieras de desarrollo como FIRA, SEDESOL, SEDUE, SAGARPA, entre otros.¹¹⁴

Además se deberá de diseñar y desarrollar sistemas de distribución y comunicación acorde a las comunidades a las que se pretende atacar, con la finalidad de disminuir al máximo los gastos de operación del programa y hacer eficiente la distribución y recolección de los recursos financieros. Otro punto importante, es evitar al máximo la corrupción en este sistema ya que es común que se pretenda hacer mal uso de la información o de los recursos del programa; para ello es muy importante la selección, capacitación y sensibilización del equipo de trabajo con el que se pretenda echar a andar el programa en las entidades financieras. Asimismo, un mecanismo para evitar desvíos de recursos y de responsabilidades, es el de documentar minuciosamente los sistemas de comunicación, de registros administrativos y contables, y los manuales de políticas y estrategias para la toma de decisiones dentro del programa.

Este sistema de organización pretenderá a la larga, hacer llegar recursos financieros a lugares remotos donde se requiere capacitación laboral y desarrollo de proyectos de autoempleo, en búsqueda de crecimiento en conjunto con los apoyos gubernamentales. La clave para el éxito será el aprovechar las economías de escala y el tener una perspectiva de negocios muy amplia, para poder fomentar la creación de verdaderos proyectos de inversión de montos pequeños, que aunados con los planes de desarrollo estatales, desemboquen en la satisfacción de las necesidades básicas de cierto sector de la población y promuevan el crecimiento sostenido en estas comunidades.

Formación del Capital Social, formas de evaluación

El capital social en las comunidades, se basa principalmente en la responsabilidad de los grupos. Para lograr su formación es importante dejar claro en las comunidades que una forma de lograr acceder al crédito es a través de su organización eficiente y del cumplimiento de las tareas que las entidades financieras les darán para en un mediano o corto plazo, poder acceder a créditos sin la necesidad de tener un bien que funcione de garantía de dicho financiamiento. Como se mencionó anteriormente, estas tareas entre otras, consisten en:

- Realizar reuniones semanales
- Ahorrar semanalmente
- Elaborar proyectos de inversión
- Evaluarlos para identificar cuál es que se va a financiar primero
- Pagar puntualmente los financiamientos, ya que se hayan otorgado.

Para poder evaluar que realmente exista un compromiso solidario del grupo, y que se esté cumpliendo con hacer llegar los recursos a la población más necesitada, se aplicarán ciertos

¹¹⁴ En entrevista hecha el 26 de septiembre de 2007 con un exfuncionario del FIRA, se definió que actualmente esta institución ha desarrollado mecanismos de crédito a través de intermediarios no financieros como lo son los grandes productores (como Lala o Bachoco) y la banca tradicional y las financieras.

cuestionarios a las comunidades sujetas de formación de grupos solidarios y a los grupos solidarios ya formados. A continuación se presentan algunos formatos que servirán de base para que se pueda llevar a cabo esa evaluación, así como la metodología de calificación que nos permita conocer si éstos formarán parte del sector al que se quiere atacar y si se está cumpliendo con los requisitos mínimos de solidaridad que nos demuestren que en los grupos existe ya un capital social formado que permita servir de garantía al financiamiento a otorgar.

Cuestionario para medir el grado de pobreza y marginación

Los datos que se solicitarán, irán en función de medir los patrones de ingreso que tienen los individuos de la comunidad, así como los de su gasto y consumo; el resultado podrá presentar un panorama a la entidad financiera de los hábitos de los individuos y familias en las comunidades y permitirles de esta forma, pertenecer a un grupo solidario.

1. Sus ingresos familiares por semana son de:
 - a. 1 a 100 pesos
 - b. 101 a 150 pesos
 - c. 151 a 200 pesos
 - d. 201 a 300 pesos
 - e. Más de 300 pesos
2. Su gasto mensual se distribuye principalmente en:
 - a. Alimentos
 - b. Medicamentos
 - c. Educación
 - d. Diversión
 - e. Ahorro (vivienda, bancos)
 - f. Otro _____ (explique)
3. ¿Cuenta con algún bien inmueble propiedad de su familia? Si es afirmativo indique si cuenta o no con un documento que le avale su propiedad.
4. ¿Recibe dinero de algún familiar que vive en el extranjero?
5. ¿Cuál es su grado de escolaridad?
6. ¿Cuál es el grado de escolaridad de su familia? Indique el de cada uno de sus miembros
7. ¿Sus hijos van a la escuela?
8. ¿Cuál es la fuente principal de sus ingresos?
9. ¿Cuántas veces ha cambiado de trabajo en los últimos 6 meses? Identifique las razones de ello.
10. ¿Tiene o ha tenido alguna prestación laboral en sus trabajos?
11. ¿Es usted dueño de su propio negocio?
12. ¿Realiza alguna actividad social o deportiva con los miembros de su familia regularmente? Indique la regularidad
13. Su casa ¿cuenta con los siguientes servicios? Marque los que sí tiene
 - a. Agua
 - b. Baño
 - c. Luz
 - d. Tanque de gas
 - e. Otro (indique) _____
14. Su casa está construida de:
 - a. Hecha de material (ladrillo y cemento)
 - b. Tiene piso de material

- c. Cartón y láminas
- d. Otro (indique) _____
- e. Indique el # de habitaciones que tiene _____
- f. Número de personas que habitan la vivienda _____

Este cuestionario tiene por objeto, conocer el grado de pobreza y marginación de las personas integrantes de la comunidad para con ella, poder saber cuáles son las personas que viven en condiciones de pobreza y diseñar los mecanismos necesarios para la formación de grupos sociales dentro de la comunidad.

Cuestionario para evaluar la capacidad de formación de un grupo social

El objetivo de este cuestionario es el de conocer si se está formado capital social entre las personas que integran el grupo social.

1. ¿Tiene el grupo un tamaño de entre 5 y 10 personas?
2. ¿Se considera a todos los miembros del grupo como muy pobres?
3. Alguno de los miembros del grupo, ¿ha recibido o recibe apoyo por parte de las autoridades como Procampo, Progesa, otro?
4. Alguno de los miembros del grupo ¿ha recibido apoyo financiero de parte de otro organismo que no sea gubernamental?
5. ¿Hubo una cuota fija recolectada por mes?
6. ¿Hubo un mínimo del 80% de asistencia de todos los integrantes del grupo?
7. ¿Hay más de un 20% de analfabetización entre los miembros del grupo?
8. ¿Han utilizado los ahorros para fines de préstamo interno para los miembros del grupo?
9. ¿Cada miembro del grupo avala la responsabilidad de algún otro miembro de grupos sociales que forma la entidad financiera?
10. ¿Se han hecho propuestas de proyectos que deberían ser financiados?
11. ¿Se han evaluados los proyectos y discutido la viabilidad del pago de los mimos dentro del grupo?
12. Todos los miembros ¿son cabeza de una familia y los recursos financieros obtenidos serán utilizados en beneficio de la familia?

La función de este cuestionario es la de medir el grado de compromiso del grupo y su nivel de ingresos, para poder determinar que tienen un compromiso social, que se avalan entre sí, que han colaborado juntos en la creación de un proyecto que mejore las condiciones de ciertas personas del grupo pero que además mejore el nivel económico de la comunidad.

Para su evaluación se diseñará una metodología utilizando la escala Likert, donde el resultado de mayor peso será el que indicará la factibilidad y el de menor valor la no viabilidad. Es importante reconocer que los cuestionarios arriba mencionados han sido diseñados en base a la investigación que hizo el ICICI Bank, quien básicamente lo que recopiló la información y la experiencia recopilada del Banco Madura al momento de fusionarse con él; y de la encuesta de pobreza del INEGI en un muy pequeño porcentaje. Estos cuestionarios deberán de servir de base para que las instituciones financieras concentren su atención en las bases del capital social y la determinación de la pobreza y desarrollen mecanismos conjuntos para su determinación.

Conclusiones

Desde esta perspectiva, la Banca Popular (Social), deberá entonces reestructurar sus metas y estrategias, con la finalidad de ampliarlas hacia el financiamiento de microcréditos dirigidos al sector de personas con menos recursos, así como establecer mecanismos para fomentar la educación financiera y fomentar el ahorro como base que sustente la disminución de la pobreza y el desarrollo rural a través del de ciertos sectores de la población “olvidados” por la banca tradicional.

Referencias Bibliográficas

Libros:

Prahalad, C.K. (2005). *La oportunidad de negocios en la base de la pirámide. Un modelo de negocios rentable que sirve en las comunidades más pobres*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

Villegas, E. y Ortega, R. (2004). *Sistema Financiero en México*. México: Mc Graw-Hill.

Villegas, E. y Ortega, R. (1997). *Administración de Inversiones*. México: Mc Graw-Hill Interamericana.

Dieck, A y Flory, A. (2003). *Instituciones financieras*. México. Mc Graw-Hill

Samuelson, P. Nordhaus, W. (2001). *Macroeconomía. Con aplicación a México*. México: Mc Graw Hill.

Lozano, R. (1997). *Derecho Mercantil*. México. Editorial Mc Graw-Hill

Artículos:

Boix, C. y Poner, D. (2000) Social Capital and Democracy. *Revista española de Ciencia Política*. España.

Fischer K. Y López, P. (2004). El desempeño institucional de las Organizaciones en red de EACP en México como resultado de la implementación de la LACP. (Estudio basal) Universidad Iberoamericana, México, D.F.

Fuentes electrónicas

Diario Oficial de la Federación (2001): Ley de ahorro y crédito popular, junio 4.

Páginas de consultadas:

www.cnv.gob.mx

www.shcp.gob.mx

www.eleconomista.mx

www.bansefi.gob.mx

www.iand.org

www.confecoop.org.co

www.grameenbank.org.ar

www.grameen-info.org.

www.amucss.net

www.cajamorelia.com.mx

www.libertad.com.mx

www.microbancos.com

www.icicibanck.com

www.condusef.gob.mx

www.michoacan.gob.mx

www.sedesol.com

www.compartamos.com.mx

www.coneval.gob.mx

www.indesol.gob.mx/

www.conapo.gob.mx/

www.cinu.org.mx/prensa/especiales/2007/IDH/i_d_h.htm

www.inafed.gob.mx

www.inegi.gob.mx

Revista de Ejecutivos de Finanzas años del 2006 al 2007.

TRASCENDENCIA DE LA VOLATILIDAD EN LA VALUACIÓN DE OPCIONES CALL, USANDO LA ECUACIÓN DIFERENCIAL ESTOCÁSTICA DE BLACK & SCHOLES

Margarita Flores Zepeda mfzepeda@hotmail.com
Nora Cureño Peza coordinacion.contaduria@gmail.com

UNAM- FES Cuautitlán
UNAM- FES Cuautitlán

Resumen:

La estimación y el control de los riesgos financieros se ha convertido en una de las principales inquietudes de las instituciones financieras de todo el mundo. Los inversionistas requieren en todo momento de herramientas que les permitan visualizar y cuantificar el riesgo que se corre al momento de invertir en los diferentes productos del mercado. Por lo que uno de los pasos importantes en este sentido, sin duda debe ser el análisis de modelos matemáticos y herramientas teóricas adecuadas, así como sus implementaciones prácticas.

La eficiencia de las herramientas teóricas que tienen como finalidad la de tratar los problemas de los riesgos de control, la selección adecuada de un portafolio y su correspondiente valuación, dependen fuertemente de la correcta elección del modelo, en este caso de tipo estocástico que describa las fluctuaciones del mercado.

Uno de los puntos importantes para la modelación matemática de las fluctuaciones de los precios de los activos financieros, es el hecho de que estos cambios pueden ser modelados como un *movimiento Browniano*. Esta hipótesis así como alguna de sus variantes, constituyen el punto de partida de muchos de los resultados modernos de las matemáticas financieras, tales como el análisis de portafolio de Markowitz, el modelo de precios de activo-capital y la fórmula de Black & Scholes, los cuales constituyen paradigmas en este sentido.

Uno de los productos financieros más interesantes y cuya valuación resulta por demás complicada, son las opciones financieras *call*, siendo éstas las que más se negocian. Dicha valuación involucra una serie de variables que inciden en diferentes grados de riesgo, dependiendo de la opción, del período de vencimiento y de la cobertura. Las opciones financieras han sido ampliamente estudiadas en los mercados financieros internacionales, basta mencionar por ejemplo, el modelo de Black & Scholes, que plantea una ecuación que permite su valuación. Sin embargo y a pesar de que esta ecuación basa su desarrollo en el cálculo estocástico, es planteada la existencia de un mercado estable, situación que en la realidad no se presenta. De hecho, la fórmula Black & Scholes se encuentra entre las aportaciones más importantes a la ciencia de las finanzas, ya que permite a cualquiera calcular el valor de una opción dados unos cuantos parámetros. Por supuesto el modelo es falible, el principal problema, es la estimación de la volatilidad del mercado financiero.

Palabras clave:

- Opciones call
- Volatilidad
- Ecuación Black & Scholes
- Movimiento Browniano
- Cobertura.

Abstract

The estimation and control of financial risks has become a major concern of financial institutions around the world. Investors at any time require tools to visualize and quantify the risk involved when investing in different products on the market. As one of the important steps in this direction, must

surely be the analysis of mathematical models and appropriate theoretical tools and their practical implementations.

The efficiency of the theoretical tools that are aimed at addressing the issues of risk control, the proper selection of a portfolio and its corresponding valuation, rely heavily on the correct choice of model, in this case describing the stochastic market fluctuations.

One of the important points for mathematical modeling of fluctuations in the prices of financial assets, is the fact that these changes can be modeled as a Brownian motion. This hypothesis as well as some of its variants, are the starting point for many of the modern results of the financial matemáticas such as Markowitz portfolio analysis, pricing model, capital asset and the Black & Scholes, which constitute paradigms in this sense.

One of the most interesting financial products whose valuation is for other complicated financial call options are, these being the most widely traded. This valuation involves a series of variables that affect different levels of risk, depending on the option, the expiration period and coverage. Financial options have been studied extensively in international financial markets, just mention, for example, the Black & Scholes model, which presents an equation that allows its valuation. However, despite that this equation bases its development on stochastic calculus, it raised the existence of a stable market, a situation which in reality does not arise. In fact, Black & Scholes formula is among the most important contributions to the science of finance, as it allows anyone to calculate the value of an option given a few parameters. Of course the model is fallible, the main problem is the estimation of financial market volatility.

Key words:

- Call options
- Volatility
- Black & Scholes Equation
- Brownian motion
- Coverage

Introducción

Los mercados financieros se componen de tres mercados fundamentales; los mercados de deuda, (que a su vez incluyen los mercados interbancarios, los de divisas los monetarios y los de renta fija), los mercados de acciones, y los mercados de derivados. Los valores que se negocian en los mercados de derivados se "derivan", bien de materias primas, o bien de valores de renta fija, de renta variable, o de índices compuestos por algunos de esos valores o materias primas.

Los mercados organizados de futuros y opciones surgen históricamente como consecuencia de un proceso de autorregulación destinado a potenciar la negociabilidad de operaciones a plazo, dotando de mayor transparencia, liquidez y seguridad a su mercado secundario.

La puesta en marcha del Mercado Mexicano de Derivados constituye uno de los avances más significativos en el proceso de desarrollo e internacionalización del Sistema Financiero Mexicano. La importancia de que países como México cuenten con productos derivados, cotizados en una bolsa, ha sido destacada por organismos financieros internacionales como el International Monetary Fund

(IMF) y la International Finance Corporation (IFC), quienes han recomendado el establecimiento de mercados de productos derivados listados para promover esquemas de estabilidad macroeconómica y facilitar el control de riesgos en intermediarios financieros y entidades económicas.

Los principales participantes en el mercado de derivados son las instituciones financieras como la banca comercial, sociedades de inversión especializadas en fondos para el retiro, arrendadoras financieras, empresas de factoraje financiero, casa de bolsa, aseguradoras, administradoras de fondos de pensiones y las empresas tiple A que cotizan en bolsa.

Uno de los principales derivados que se emplean en el mercado financiero, son las opciones financieras, siendo las *call* o de compra las más comunes. Éste es por mucho el instrumento derivado más complejo de los que existen, debido a la complejidad de su valuación. Para efectos de la valoración de opciones existen modelos matemáticamente complejos que permiten determinar el precio de las opciones, entre los cuales se pueden destacar Black & Scholes, Black 76, Binomial, Garman-Kholhågen, Montecarlo.

Para realizar la valuación de las opciones se deben tomar en cuenta ciertos factores que inciden en su precio, tales como el precio del activo subyacente, el precio de ejercicio fijado en el contrato, el tiempo que resta para el vencimiento, las tasas de interés, los dividendos y por supuesto la volatilidad; siendo esta última el parámetro más difícil de obtener.

Derivados y Opciones Financieras

Derivados

Un derivado es un instrumento financiero cuyos pagos y valores se derivan o dependen de otra cosa. Son instrumentos de relativa complejidad que tienen por objeto satisfacer las necesidades de financiamiento, inversión y administración de riesgos de sus participantes.

Por tanto, los productos derivados son un conjunto de instrumentos financieros, cuya principal característica es que están vinculados a un valor subyacente o de referencia. Los productos derivados surgieron como instrumentos de cobertura ante fluctuaciones de precios de los productos agroindustriales, en condiciones de elevada volatilidad.

Por lo general se llama *primario* o *subyacente* a aquello de lo cual depende el derivado. Por ejemplo, el valor de una opción depende del valor de la acción subyacente, sobre el cual se emite la acción. La gran mayoría de los instrumentos derivados son más sencillos que las opciones de compra. Los activos subyacentes más utilizados en contratos de derivados financieros son: acciones individuales, canastas de acciones, índices accionarios, tasas de interés y divisas.

Derivados financieros

A partir de 1972 se inicia el proceso mediante el cual se desarrollan instrumentos derivados financieros, cuyos activos subyacentes o de referencia son títulos representativos de capital o de deuda, índices y tasas y otros instrumentos financieros. Los principales derivados financieros son:

- **FORWARDS ADELANTADOS O ANTICIPADOS**, son contratos de compraventa adelantada, generalmente de divisas.
- **FUTUROS**, son contratos para comprar o vender un activo subyacente
- **OPCIONES FINANCIERAS**, contratos de compra o venta de derechos de un activo subyacente.
- **SWAPS O PERMUTAS**, son contratos de intercambio de flujos periódicos de dinero.
- **FORWARDS ADELANTADOS O ANTICIPADOS**, son contratos de compraventa adelantada, generalmente de divisas.
- **FUTUROS**, son contratos para comprar o vender un activo subyacente
- **OPCIONES FINANCIERAS**, contratos de compra o venta de derechos de un activo subyacente.
- **SWAPS O PERMUTAS**, son contratos de intercambio de flujos periódicos de dinero.

Los derivados financieros permiten la reducción de riesgo a fluctuaciones de tasa de interés de tipo de cambio, precios de insumos o la creación de un portafolio de inversión a la medida de las expectativas del inversionista y/o sus preferencias por el riesgo.

La mayoría de las experiencias lamentables relacionadas con los derivados no provienen de su uso como instrumentos de cobertura y compensación del riesgo, sino que más bien se deben a la especulación.

Mercado Mexicano de Derivados

El mercado mexicano de productos derivados (MexDer) inició operaciones en 1998 y ofrece las siguientes ventajas:

- La transferencia de riesgos asociados a la tenencia y uso de activos y pasivos
- La obtención o préstamo de recursos a tasas más convenientes para ambas partes
- La posibilidad de realización de ventas en corto en forma alternativa
- Reducción de costos asociados con la constitución de márgenes
- Se proporciona una lista de intermediarios autorizados para operar derivados en México

La operación de los derivados puede realizarse de dos formas:

- OVER THE COUNTER (sobre el mostrador), los contratos se realizan directamente entre asesor e inversionista
- MEXDER, los contratos se realizan en un las instalaciones físicas de la Bolsa

Opciones

Una opción es un contrato que otorga a su propietario el derecho de comprar o vender algún activo a un precio fijo en, o antes de, una fecha determinada. Las opciones son un tipo de contrato financiero único porque le dan al tenedor el derecho, más no la obligación de hacer algo. El tenedor de la opción la usa sólo si le resulta ventajoso hacerlo, de lo contrario se puede desechar la opción.

Dentro de la terminología que se emplea para caracterizar a las opciones se deben distinguir los siguientes conceptos:

- EJERCICIO DE LA OPCIÓN: el acto de comprar o vender el activo subyacente por medio del contrato de opción
- PRECIO DE EJERCICIO, PACTADO O STRIKE PRICE (E): el precio fijo que se especifica en el contrato de la opción, al que el tenedor puede comprar o vender el activo subyacente
- FECHA DE VENCIMIENTO: fecha de caducidad de la opción; después de ella, se dice que la opción expiro
- ACTIVO SUBYACENTE: es el activo de referencia del contrato a plazo. Pueden ser acciones, tipos de interés, divisas, índices bursátiles, mercancías o contratos de futuros
- CANTIDAD DE VALORES QUE COMPRENDE EL CONTRATO: el volumen del contrato depende de las características del mismo.
- PRIMA: lo que paga el comprador y recibe el vendedor, es decir, el precio de una opción

Las opciones se clasifican de la siguiente manera:

- Opciones *call* o de compra
- Opciones *put* o de venta

Las opciones *Call*, otorgan al comprador el derecho más no la obligación de comprar un activo, a un precio determinado, a cambio de una prima. Al vendedor le obliga a vender, recibiendo la prima como compensación del riesgo que asume.

En el caso de las opciones *Put*, otorga al comprador el derecho, más no la obligación de vender un activo, a un precio determinado, a cambio de una prima. Al vendedor le obliga a comprar dicho activo, recibiendo la prima como compensación del riesgo que asume.

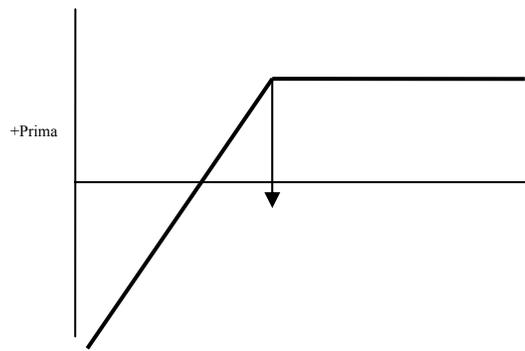
CALL	Derecho a comprar	Obligación de vender
PUT	Derecho a vender	Obligación de comprar

Estos dos tipos de opciones dan origen a cuatro posiciones básicas:

<p>1. Comprar un call Posición adecuada ante perspectivas de evolución claramente alcista de la cotización. El riesgo para el comprador se limita al precio pagado por la opción (prima).</p>	
<p>2. Vender un call Posición adecuada ante perspectivas de evolución bajista de la cotización. Sirve como cobertura limitada ante la caída leve de los precios. El beneficio máximo es la prima cobrada.</p>	
<p>3. Comprar un put Posición adecuada ante perspectivas de evolución claramente bajistas de la cotización. El riesgo pérdida para el comprador se limita a la prima pagada por la opción.</p>	

4. Vender un put

Posición que da el siguiente resultado: si la cotización sube se obtiene exclusivamente el beneficio de la prima; en cambio si desciende, se puede obtener una fuerte pérdida.



En función del momento en que pueden ejercerse las opciones éstas pueden ser europeas o americanas. Las opciones **europeas** sólo pueden ser ejercidas en la fecha de vencimiento del contrato, mientras que las opciones **americanas** pueden ejercerse en cualquier tiempo durante la vida de la opción, es decir, antes del vencimiento del contrato (su manejo es más complicado ya que incluye esta variable adicional de poder ejercerse en cualquier momento de su vigencia).

El precio de una opción es lo que el comprador paga por obtener ese derecho y se denomina **prima** . La prima es en realidad el objeto de la negociación. El comprador sólo tiene derechos, no obligación, por lo que sus pérdidas se limitan al pago de la prima. El vendedor al contrario asume riesgos y puede llegar a tener pérdidas ilimitadas en opciones call y muy elevadas en opciones put. El vendedor cobra una prima, con la cual que se queda, independientemente de que se ejerza o no la opción e independientemente de las pérdidas finales.

Para mostrar si una opción puede ejercerse en el vencimiento o antes de su vencimiento se hace referencia a la situación comparativa entre el precio de ejercicio (E) y la cotización del subyacente (S), para lo cual se emplea la siguiente terminología:

Valor de la opción CALL estándar al vencimiento

Si $S > E$ «*In the money*» (ITM) dentro del dinero

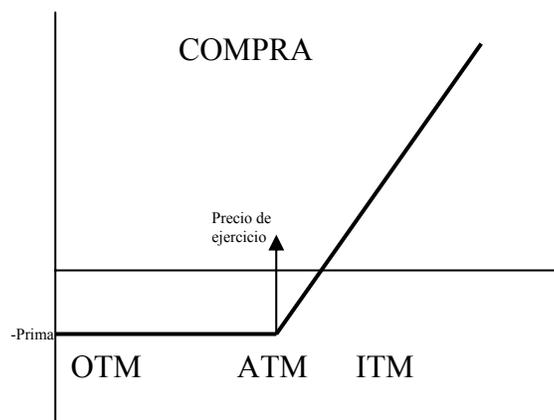
Se puede ejercer la opción

Si $S < E$ «*Out of the money*» (OTM) fuera del dinero

No se debe ejercer la opción

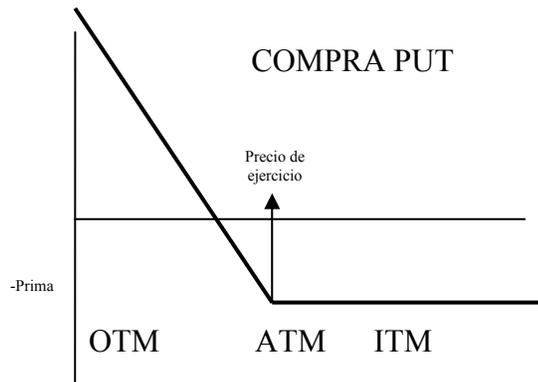
Si $S = E$ «*At the money*» (ATM) en el dinero

Es indiferente el ejercicio



Valor de la opción PUT estándar al vencimiento

Si $E > S$	« <i>In the money</i> » (ITM) dentro del dinero	Se puede ejercer la opción
Si $E < S$	« <i>Out of the money</i> » (OTM) fuera del dinero	No se debe ejercer la opción
Si $E = S$	« <i>At the money</i> » (ATM) en el dinero	Es indiferente el ejercicio



Factores que inciden en el precio de una opción

La prima se ve afectada por los movimientos del precio del activo subyacente. Tratándose de opciones *call*, cuanto más suba el subyacente, también sube el costo de la opción.

El precio de ejercicio no es único. Se pueden comprar/vender opciones de compra y de venta a diferentes precios de ejercicio, dando origen a contratos distintos. Es decir, aún cuando se trate del mismo activo subyacente y la fecha de vencimiento también sea el mismo, dos opciones de compra con precios de ejercicio distintos, serán dos contratos diferentes que tendrán distintas primas.

Cuando todos los factores son iguales, cuánto más tiempo falte para que la opción venza, mayor es el riesgo para el vendedor y más cara será la prima.

Cuando las tasas de interés suben, bajan los costos de las primas y viceversa.

Cuando una empresa paga un dividendo, su efecto en el precio es una disminución de éste. Si se negocia un *call* cuya acción paga un dividendo, esto generará una disminución en el precio al contado y disminuirá el precio del subyacente y por ende el precio de la prima, también bajará. Este efecto es contrario en el caso de las *put*.

Al valorar una opción todos los parámetros son observables fácilmente, excepto la volatilidad, de tal manera que valorar una opción acaba siendo una relación directa entre volatilidad y prima. Por ello la volatilidad es el aspecto más importante al valorar una opción y por mucho lo más complicado de estimar en los modelos planteados para tal fin.

Fórmula de valuación para opciones financieras.

La fórmula de Black & Scholes para la valuación de opciones *call*, fue descrita en 1973 en el artículo original de Fisher Black y Myron Scholes llamado “*The Pricing of Options and Corporate Liabilities*”, en este artículo los autores desarrollaron su famoso modelo para valorar opciones europeas. Para la derivación de esta fórmula es necesario hacer uso del cálculo estocástico. Los supuestos que los autores plantearon son los siguientes:

- El mercado funciona sin restricciones; o sea no existen costos de transacción, de información, requerimientos de margen, ni impuestos y los activos son perfectamente divisibles
- Las transacciones tienen lugar en forma continua y existe plena capacidad para realizar compras y ventas sin restricciones no costos especiales
- Los agentes pueden prestar y endeudarse a una misma tasa r , que es la tasa de interés a corto plazo expresada en forma continua
- Las opciones europeas y el subyacente no paga dividendos en el horizonte de planeación

El proceso del activo sigue un proceso continuo estocástico de evolución Gauss-Wiener definido por:

$$dS = \mu S dt + \sigma S dz$$

$$\frac{dS}{S} = \mu dt + \sigma dz$$

Donde:

dS representa un cambio infinitesimal en el precio del subyacente

dt representa un cambio infinitesimal en el tiempo

μ representa la media de los rendimientos por período

σ representa la volatilidad

dz es una variable aleatoria con $(0,3)$

El rendimiento instantáneo del activo subyacente, o las variaciones relativas del subyacente siguen una distribución normal con parámetros μdt que corresponde a su media, y $\sigma^2 dz$ que corresponde a la varianza. Por lo tanto, una cuestión fundamental para aplicar el modelo Black y Scholes es que el rendimiento instantáneo aproxime su distribución a una normal. Este proceso constituye una caminata aleatoria, la cual es consistente con la teoría moderna de cómo los precios se mueven en un mercado eficiente.

La derivación de la fórmula de Black y Scholes se puede obtener como la formulación de Cox-Ross-Rubinstein por una estrategia de arbitraje de la siguiente forma: bajo la hipótesis de la negociación en tiempo continuo se podría construir un portafolio formado con una posición larga en acciones y una posición corta en opciones de compra sobre acciones o viceversa. Con lo cual se realiza el arbitraje. Si R representa el portafolio a utilizar entonces se tiene:

$$(2.1) \quad R = nC + hS$$

Donde C y S son los valores de la opción de compra y el valor del activo subyacente, por ejemplo una acción, n y h corresponden al número de opciones y acciones dentro del portafolio. De ahí que en un intervalo infinitesimal de tiempo, la expresión anterior, se transforma en:

$$(2.2.) \quad dR = n dC + h dS$$

Bajo el supuesto de volatilidad constante y la tasa libre de riesgo también constante, el valor de una opción de compra europea con un precio de ejercicio E será función del tiempo t y una variable estocástica y el precio del subyacente.

$$(2.3) \quad C = f(t, S)$$

El lema de Ito, también conocido como el teorema fundamental del Cálculo Estocástico, permite diferenciar una función de la forma $G(t,z)$ como la anterior, siendo z una variable aleatoria y t el tiempo mediante la siguiente expresión:

$$(2.4) \quad dG = \frac{\partial G}{\partial z} dz + \frac{\partial G}{\partial t} dt + \frac{1}{2} \frac{\partial^2}{\partial S^2} (dz)^2$$

Entonces, al aplicar el lema de Ito se puede obtener dC :

$$(2.5) \quad dC = \frac{\partial C}{\partial S} dS + \frac{\partial C}{\partial t} dt + \frac{1}{2} \frac{\partial^2 C}{\partial S^2} (dS)^2$$

Black y Scholes suponen que el precio de la acción, sigue un proceso continuo estocástico del tipo Gauss-Wiener, definido por:

$$(2.6) \quad \frac{dS}{S} = \mu dt + \sigma dz$$

Elevando al cuadrado ambos términos:

$$(2.7) \quad \left[\frac{dS}{S} \right]^2 = (\mu dt)^2 + 2\mu\sigma dt dz + (\sigma dz)^2$$

En la función de la tabla de multiplicación aplicable a las integrales estocásticas, se sabe que:

$$\begin{aligned} dz^2 &= dt \\ dz \cdot dt &= dt \cdot dz = 0 \\ dt^2 &= 0 \end{aligned}$$

De ahí se obtiene que:

$$(2.8) \quad \left[\frac{dS}{S} \right]^2 = \sigma^2 dt$$

$$(2.9) \quad (dS)^2 = S^2 \sigma^2 dt$$

Sustituyendo (2.9) en (2.5) se obtiene:

$$(2.10) \quad dC = \frac{\partial C}{\partial S} dS + \left[\frac{\partial C}{\partial t} + \frac{1}{2} \frac{\partial^2 C}{\partial S^2} S^2 \sigma^2 \right] dt$$

Entonces la variación dR del portafolio con el que se está arbitrando será por lo tanto:

$$(2.11) \quad dR = \left[n \frac{\partial C}{\partial S} + h \right] + n \left[\frac{\partial C}{\partial t} + \frac{1}{2} \frac{\partial^2 C}{\partial S^2} S^2 \sigma^2 \right] dt$$

Dado que la variación dS es aleatoria, se puede construir un portafolio libre de riesgo, con el que se arbitre de la forma siguiente:

$$\left(n = -1, h = \frac{\partial C}{\partial S} \right) \text{ y } \left(n = 1, h = \frac{\partial C}{\partial S} \right)$$

Si se elige el portafolio $\left(n = -1, h = \frac{\partial C}{\partial S} \right)$ se tiene que:

$$(2.12) \quad R = -C + \frac{\partial C}{\partial S} S$$

$$(2.13) \quad dR = - \left[\frac{\partial C}{\partial t} + \frac{1}{2} \frac{\partial^2 C}{\partial S^2} S^2 \sigma^2 \right] dt$$

Dado que en equilibrio, el portafolio debe tener un rendimiento igual al activo libre de riesgo, entonces:

$$(2.14) \quad \frac{dR}{R} = r dt$$

Sustituyendo (2.12) y (2.13) en (2.14), se tiene:

$$(2.15) \quad \frac{1}{2} S^2 \sigma^2 \frac{\partial^2 C}{\partial S^2} + rS \frac{\partial C}{\partial S} - rC + \frac{\partial C}{\partial t} = 0$$

Si T es el plazo al vencimiento de la opción, también se puede escribir:

$$(2.16) \quad \frac{1}{2} S^2 \sigma^2 \frac{\partial^2 C}{\partial S^2} + rS \frac{\partial C}{\partial S} - rC + \frac{\partial C}{\partial T} = 0$$

Esta ecuación (2.16) en derivadas parciales constituye la relación fundamental que sigue una opción de compra. Este tipo de ecuaciones son muy frecuentes en la física. Para una ecuación en derivadas parciales, se puede definir al igual que para una ecuación diferencial, la noción de integral general. Así mismo se puede calcular la solución particular de (2.16) que satisface además los límites del valor de una opción de compra, que son para $t=0$:

$$(2.17) \quad C(S,0,E) = S - E \quad \text{si } S \geq E$$

$$(2.18) \quad C(S,0,E) = 0 \quad \text{si } S < E$$

La solución particular de (2.16) que satisface (2.17) y (2.18), se puede obtener efectuando el siguiente cambio de variables:

$$(2.19) \quad C(S,T) = e^{-rt} \cdot Y(S',T')$$

Donde:

$$(2.20) \quad S' = \frac{2}{\sigma^2} \left(r - \frac{1}{S} \sigma^2 \right) \left[\ln \left(\frac{S}{X} \right) + \left(r - \frac{1}{S} \sigma^2 \right) T \right]$$

$$(2.21) \quad T' = \frac{2}{\sigma^2} \left(r - \frac{1}{2} \sigma^2 \right) T$$

En la que se asume que S sigue una distribución log-normal, por lo que la ecuación (2.16) se convierte en:

$$(2.22) \quad Y_{T'} = Y_{S'S}$$

Por lo que los límites de (2.17) y (2.18) se convierten en:

$$(2.23) \quad Y(S', 0) = E \left\{ \exp \left[S' \left(\frac{1}{(2\sigma^2)} \right) / \left(r - \frac{1}{2} \sigma^2 \right) \right] - 1 \right\} \dots \text{ si } S' \geq 0$$

$$(2.24) \quad Y(S', 0) = 0$$

Al encontrar la solución de la ecuación $Y_T = Y_{S,S'}$, se obtiene la fórmula que se busca, es decir:

$$(2.25) \quad C = SN(d_1) - Ee^{-Rt}N(d_2)$$

La cual es la fórmula para la valuación de una opción de compra europea propuesta por Black-Scholes, donde:

S = precio del activo subyacente

E = precio de ejercicio establecido en el contrato de la opción

t = plazo al vencimiento

R = tasa libre de riesgo anualizada

$$d_1 = \frac{\left[\ln \left(\frac{S}{E} \right) + \left(R + \frac{\sigma^2}{2} \right) t \right]}{\sqrt{\sigma^2 t}}$$

$$d_2 = d_1 - \sqrt{\sigma^2 t}$$

σ^2 = volatilidad del subyacente *

$N(d)$ = Probabilidad de que una variable aleatoria estandarizada, distribuida normalmente sea menor o igual que d .

La Volatilidad parámetro fundamental en la valuación de opciones

La suposición impuesta del comportamiento del precio del bien o acción subyacente, en particular, aquella de una volatilidad constante, en el modelo de Black y Scholes, ha sido la causa de muchos comentarios críticos

La disponibilidad de métodos numéricos estocásticos para solucionar modelos *Markovianos Multidimensionales*, descritos por ecuaciones diferenciales estocásticas, provee la posibilidad para especificar patrones muy generales de volatilidad estocástica, así como tasas de interés estocásticas.

Al considerar un proceso $X = (X^0, X^1, X^2, X^3)^T = (B, S, \sigma, \xi)^T$ que satisfaga el siguiente sistema de ecuaciones diferenciales estocásticas:

$$(3.1) \quad \begin{aligned} dB_t &= R(t, X_t) B_t dt \\ dS &= r(t, X_t) S_t dt + \sigma_t S_t dW_t^1 \\ d\sigma_t &= -q(\sigma_t - \xi_t) dt + p \sigma_t dW_t^2 \\ d\xi_t &= \frac{1}{\alpha} (\sigma_t - \xi_t) dt \end{aligned}$$

Donde $p > 0$, $q > 0$, $\alpha > 0$, donde KW^1 , W^2 son proces Wiener independientes dentro de P .

* Esta es una volatilidad que Black y Scholes consideran constante

Aquí el precio de la prima B tiene la estructura usual con una tasa de interés r Markoviana instantánea y el precio de la acción S sigue la forma de un movimiento Browniano geométrico generalizado ya que el cambio y la volatilidad no son constantes. Si se toma como cambio a $r(t, X_t)$ esto significa que el proceso del precio descontado de la acción S/B sea una martingala bajo la medida P la cual es usada para el precio. El proceso σ y ξ se interpretan como la volatilidad instantánea y la volatilidad promedio ponderada de la acción, respectivamente. La ecuación para σ muestra que la volatilidad instantánea σ_t es distribuida por un ruido externo con un parámetro de intensidad p y al mismo tiempo es continuamente esparcida hacia la volatilidad promedio ξ_t , la cual se denomina reversión inferior. El parámetro q mide la firmeza de la fuerza de la velocidad de ajuste.

La ecuación para la volatilidad promedio ξ puede ser resuelta explícitamente dando:

$$\xi_t = \xi_0 \exp(-\frac{t}{\alpha}) + \frac{1}{\alpha} \int_0^t \exp(-\frac{t-s}{\alpha}) \sigma_s ds, \quad 0 \leq t \leq T$$

La cual muestra que ξ_t es un promedio de los valores $\sigma_s (0 \leq s \leq T)$, ponderado con un factor exponencial. Para una α muy grande se obtiene $\xi_t \approx \xi_0$, mientras que un valor muy pequeño de α genera que $\xi_t \approx \sigma_t$. Así el parámetro α mide la firmeza de la dependencia histórica de la volatilidad promedio.

La volatilidad estocástica genera un riesgo intrínseco que no permite en general, replicación del resultado sin un costo extra. Siguiendo el acercamiento de Föllmer y Schweizer para una opción de compra se obtiene que el precio de la opción puede expresarse como:

$$(3.2) \quad V_t = v(t, X_t) = E \left(\exp \left\{ - \int_0^T r(s, X_s) ds \right\} f(S_T) \middle| \mathfrak{S}_t \right)$$

Donde \mathfrak{S}_t denota el álgebra- σ generada por X por arriba del tiempo t . Aquí la estrategia de cobertura es similar a la del caso Black y Scholes, teniendo:

$$(3.3) \quad \zeta_t = \frac{\partial}{\partial S} v(t, X_t)$$

$$(3.4) \quad \eta_t = \frac{V_t - \zeta_t S_t}{B_t}$$

En general no existe una solución explícita para el precio de la opción o la estrategia de cobertura para este modelo, por lo que debe usarse una aproximación numérica.

Conclusiones

La ecuación diferencial estocástica propuesta por Black & Scholes es una de las contribuciones más importantes a la ciencia financiera, de los años recientes, sin embargo, a pesar de su gran poderío en la valuación de opciones financieras, ya que permite realizar la valuación de opciones a partir de cinco parámetros, de los cuales, cuatro son observable con facilidad. La complicación se presenta al momento en que debe estimar la volatilidad, la cual queda representada en la varianza del rendimiento continuo del activo. El hecho es que estimar la volatilidad es la principal dificultad de este modelo y en ocasiones su determinación puede ser mucho más complicada de lo que se podría esperar.

Como se plantea, la volatilidad es el concepto que más dificulta la valuación de opciones. En la fórmula establecida por Black y Scholes, se considera una volatilidad constante, sin embargo, en la realidad esto no ocurre. Un intento tendiente a la solución de dicha dificultad, consiste en el uso de modelos que introduzcan el uso de volatilidad estocástica. En general no existen soluciones explícitas para la determinación del precio de opciones, usando volatilidad estocástica, por lo que debe emplearse la aproximación numérica. El uso de herramientas computacionales, permite generar simuladores que permiten obtener resultados de estos modelos.

Así mismo, una solución práctica a muchos de los problemas de estimación de la volatilidad podría ser la construcción de gráficas de volatilidad. Es mucho más fácil identificar algún tipo de patrón observando una gráfica que mirando una colección de números. Así mismo una gráfica no solamente permitirá identificar la caracterización de la volatilidad a corto y largo plazo, también puede ayudar en la identificación de tendencias y en el desarrollo de proyecciones, lo que podría ser muy complicado usando únicamente datos numéricos.

Referencias Bibliográficas

- Díaz Tinoco, Jaime y Hernández Trillo, Fausto. (1998). *Futuros y Opciones Financieras. "Una Introducción"*. México: Limusa.
- Elvira, Oscar y Larraga, Pablo. (2008). *Mercado de Productos Derivados: Futuros, forwards, opciones y productos estructurados*. España: Profit.
- Ayala Brito, Gamaliel y Becerril Sánchez Betel. (2007). *Finanzas Bursátiles: Mercado de Capitales y Productos Derivados*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Natenberg, Sheldon. (1988). *Option Volatility and Pricing Strategies*. USA: Probus Publishing Company.
- Kloeden, Peter E. y Platen Eckhard. (1995). *Numerical Solution of Stochastic Differential Equations*. USA: Springer-Verlang, Berlin, Heidelberg.

Artículos:

- Black, Fisher y Scholes, Myron. (1973). The Pricing of Options and Corporate Liabilities. *Journal of Political Economy*. Núm. 3, Vol 81, pp. 637-654.
- Bouchaud, J.-Ph. (1999). Elements for a Theory of Financial Risks. *Physica A*. Núm. 263. Pp. 415-426.

Fuentes electrónicas

- MEXDER (2011). Antecedentes. Recuperado el 07 de noviembre de 2011, de <http://www.mexder.com.mx/MEX/paginaprincipal.html>

EL ASPECTO BURSÁTIL EN EL SISTEMA FINANCIERO MEXICANO Y SUSTENTABILIDAD EMPRESARIAL

M. A. Hugo Alejandro Mier Schmidt. cpmahams@hotmail.com
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

La licenciatura en contaduría es una carrera que tiene un gran campo de acción, el cual nos ofrece un amplio abanico de posibilidades para desarrollarnos profesionalmente, siendo las finanzas unas de las aéreas con mayor futuro ante la competencia global y la profunda recesión que no solo afecta a nuestro país sino al mundo entero siendo ahí donde se ponen a prueba la capacidad del profesionista financiero quien cada día debe encontrar nuevas ideas en base a su creatividad para buscar las soluciones que garantice la superviven vencia de la organización y por lo tanto asegurar un nivel de rentabilidad que permita la creación de empleos y un mayor beneficio para la sociedad.

Palabras clave: inversión inicial, proyectos de inversión y rentabilidad.

Abstract

Bachelor's degree in accounting is a career that has great scope, which offers a wide range of opportunities to develop professionally, finances being one of the largest aerial future face of global competition and the deep recession not only affects our country but the whole world was there while you test the ability of financial professionals who each day must find new ideas based on their creativity to find solutions that ensure the survival of the organization expired and thus ensure a level of return that allows the creation of jobs and a greater benefit to society.

Key words: initial investment, investment projects and profitability.

Introducción

En la actualidad con el gran avance en las tecnologías y medios de comunicación, se vive en un mundo globalizado, con estos avances en el mundo actual traen una ventaja para la economía de México. Ya que al hacer uso de las nuevas tecnologías se puede acercar a más participantes en el mercado de valores, obteniendo un desarrollo para la economía de México, con lo cual se beneficia a los mexicanos. Permite una competencia sana en dicho mercado, trae nuevas oportunidades y beneficios para los participantes.

Se explica cómo está organizado el sector bursátil, así como destacando los puntos más importantes de cada participante. En el mercado de valores se explica cómo hacer un buen uso de este, así de cómo participar en el mercado de valores ya sea por títulos de deuda o accionario, como una emisora puede colocar sus acciones en la Bolsa Mexicana de Valores y cuáles son los requisitos que debe de cumplir para enlistarse, cuales son los títulos de deuda que pueden emitir las empresas, instituciones de crédito y gobierno así como los rendimientos que ofrece cada título y los plazos de vencimiento.

Capítulo I

El presente proyecto lo lleve a cabo porque es de gran importancia en el desarrollo de mi profesión, me es muy interesante el sector bursátil, ya que es de los pilares de una economía competitiva y desarrollada.

Me motiva desarrollar esta ponencia para demostrar que no es difícil acceder al mercado de valores, y al acceder representa la mejor manera para invertir los recursos monetarios para acrecentarlos, o por otro lado obtener los recursos para el desarrollo que exige el mercado para las empresas mexicanas a nivel nacional e internacional.

Los objetivos que persigo con la presente ponencia, es conocer como una empresa mexicana que necesita financiamiento lo puede hacer a través del mercado de valores, ya sea por medio del mercado de capitales o por deuda.

Analizar para los inversionistas en que pueden invertir sus excedentes de capital y cuáles son las opciones de inversión que ofrece el mercado de valores.

Conocer como se lleva a cabo una operación bursátil a través de la Bolsa Mexicana de Valores.

Acercar la información de cómo ser participante en el mercado de valores, para todos los interesados.

Aspectos generales

El sistema financiero mexicano se inicia en 1830, con el primer banco de promoción industrial (banco de avió). Poco después en 1849, se constituye la caja de ahorros del Nacional Monte de piedad, y en 1845 el código de comercio.

Durante el imperio de Maximiliano, en el año de 1864, se establece la primera institución de banca comercial, en 1884, el código de comercio le concede al banco Nacional Mexicano la función de Banco central. Es gracias a este avance que el 21 de octubre de 1895 se inaugura la Bolsa de México S.A., que a partir de 1910 cambia su nombre por el de Bolsa de Valores de México S.A.

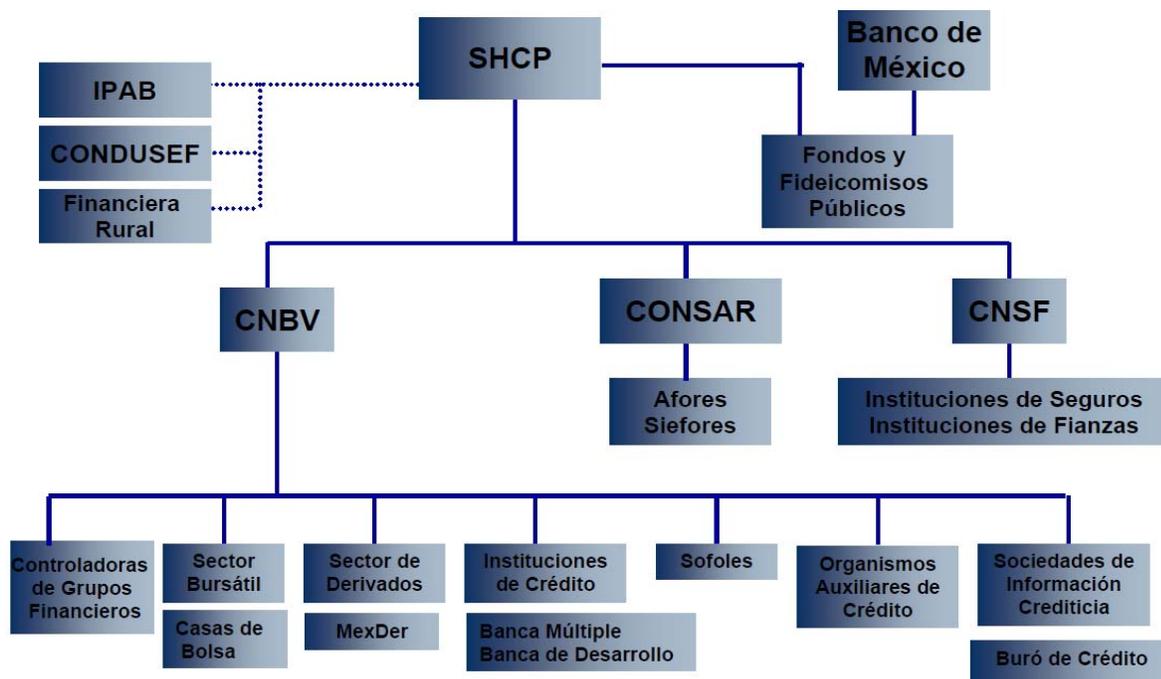
La constitución de 1917 propone un nuevo sistema financiero, el cual logro organizarse durante la primera convención bancaria.

Capítulo II

El sistema financiero mexicano se define como un conjunto de autoridades, organismos e instituciones que regulan, captan, administran y canalizan a la inversión, el ahorro tanto de nacionales como de extranjeros, y se integra por: Grupos Financieros, Banca Comercial, Banca de Desarrollo, Casas de Bolsa, Sociedades de Inversión, Aseguradoras, Arrendadoras Financieras, Afianzadoras, Almacenes Generales de Depósito, Casas de Cambio y Empresas de Factoraje.

De dicho ordenamiento se desprende el resto del marco jurídico que norma las actividades del mercado de valores. Entre estos preceptos se encuentran:

- Ley del Banco de México
- Ley para Regular las Agrupaciones Financieras,
- Ley del Mercado de Valores,
- Ley de Sociedades de Inversión,
- Ley de Instituciones de Crédito,
- Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares del Crédito, y
- Ley de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores.



Las instituciones que regulan el buen funcionamiento del sistema financiero mexicano son las siguientes:

- Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)
- Banco de México (Banxico)
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV)
- Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF)
- Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR)
- Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF)

Capítulo III

Son títulos que representan parte del capital social de una empresa que son colocados entre el gran público inversionista a través de la BMV para obtener financiamiento. La tenencia de las acciones otorga a sus compradores los derechos de un socio.

Mercado de capitales

- Acciones
- Certificados de Participación Ordinaria (CPO's) sobre Acciones
- Obligaciones

Clases de ofertas de acciones

Se considera oferta pública la que se haga por algún medio de comunicación masiva o a una persona indeterminada para suscribir, enajenar o adquirir títulos o documentos comúnmente llamados valores.

A continuación se describen brevemente el tipo de ofertas que puede realizar una empresa:

- Primaria: Cuando los recursos provenientes de un aumento de capital social ingresan directamente a la empresa.
- Secundaria: Cuando la oferta pública la realiza algún accionista o grupo de accionistas, los cuáles reciben el producto de la misma.

III. Mixta: Cuando parte del importe captado por la emisión se destina a la empresa y otra parte lo reciben los accionistas.

IV. Oferta Internacional: Es la colocación de acciones de empresas mexicanas en el mercado internacional de capitales, generalmente a través de American Depositary Receipts (ADR's). Colocación simultánea: Consiste en ofrecer en forma simultánea las acciones en el extranjero y en México.

V. Oferta pública de compra: Consiste en la oferta realizada por una empresa o la misma emisora para adquirir parcial o totalmente las acciones de ésta última, generalmente con el objetivo de obtener el control de la emisora o el desliste en Bolsa.

VI. Oferta pública de compra y suscripción recíproca: Es la oferta realizada por una empresa mediante la cual ésta ofrece comprar a los tenedores las acciones de una determinada emisora, condicionando dicha venta a la aplicación del producto de la misma a la suscripción de las acciones de la propia empresa.

Capítulo IV

Comité de Admisión de Miembros

El Comité de Admisión de Miembros es un órgano delegado del Consejo de Administración de la Sociedad, cuyo objeto es evaluar y, en su caso, aprobar la admisión de cualquier intermediario financiero que pretenda operar a través de los sistemas de negociación de la Sociedad en términos de lo previsto por la Ley del Mercado de Valores.

El Comité de Admisión de Miembros tiene a su cargo principalmente las siguientes atribuciones:

- Resolver sobre la admisión de nuevos miembros;
- Realizar consultas que, en su caso, deban hacerse a terceros expertos independientes, a fin de adoptar cualesquier decisiones que sean requeridas; y
- Presentar al Consejo de Administración y a la Asamblea de Accionistas un reporte respecto de sus actividades, al menos anualmente, cuando se les solicite, o cuando, a su juicio, ameriten hacerse del conocimiento del Consejo y de la Asamblea de Accionistas.

Comité de Listado de Valores de Emisoras

El Comité de Listado de Valores de Emisoras (antes Comité de Inscripción de Valores) es un órgano delegado del Consejo de Administración de la Sociedad, cuyo objeto es evaluar y, en su caso, aprobar la admisión y listado de valores de emisoras en la Sociedad, en los términos previstos en la Ley del Mercado de Valores.

El Comité de Listado de Valores tiene como principales atribuciones las siguientes:

- Revisar y resolver sobre las solicitudes de listado que se presenten a la Sociedad sobre diversos valores;
- Solicitar por conducto de la Sociedad, al emisor o a la casa de bolsa colocadora, cualquier información adicional que requiera para tener los elementos suficientes para resolver adecuadamente sobre la procedencia de listado de valores una emisora;
- Realizar consultas que, en su caso, deban hacerse a terceros expertos independientes, a fin de adoptar cualesquier decisiones que sean requeridas; y
- Presentar al Consejo de Administración y a la Asamblea de Accionistas un reporte respecto de sus actividades, al menos anualmente, cuando se les solicite, o cuando, a su juicio, ameriten hacerse del conocimiento del Consejo y de la Asamblea de Accionistas.

Comité de Vigilancia

El Comité de Vigilancia es un órgano delegado del Consejo de Administración de la Sociedad, cuyo objeto consiste en coordinar las funciones de vigilancia del mercado a cargo de la Sociedad, incluyendo la integración e investigación de los casos de presuntas violaciones a las normas autorregulatorias que emita la Sociedad, a las disposiciones de su Reglamento Interior y demás

ordenamientos de la Bolsa Mexicana de Valores, cometidas por las personas obligadas conforme a tales disposiciones.

El Comité de Vigilancia tiene como principales atribuciones las siguientes:

- Coordinar las actividades del Director de Vigilancia;
- Realizar consultas que, en su caso, deban hacerse a terceros expertos independientes, a fin de adoptar cualesquier decisiones que sean requeridas;
- Presentar al Consejo de Administración y, en su caso, a la Asamblea de Accionistas, un reporte respecto de sus actividades, al menos anualmente, cuando se les solicite, o cuando, a su juicio amerite hacerse del conocimiento del Consejo y de la Asamblea de Accionistas;
- Presentar al Comité Disciplinario de la Sociedad una opinión acompañada de las conclusiones a que llegue con motivo de las investigaciones que realice; y
- Colaborar a solicitud del Comité Disciplinario y en el ámbito de sus respectivas competencias, en cualquier asunto derivado de la investigación por presuntas violaciones a las Normas y Ordenamientos emitidos por la Sociedad.

Comité Disciplinario

El Comité Disciplinario es un órgano delegado del Consejo de Administración de la Sociedad para el ejercicio de sus facultades disciplinarias y, por ende, conocer y resolver sobre los casos de presuntas violaciones a las Normas Autorregulatorias que emita la Sociedad, a las disposiciones de su Reglamento Interior y demás ordenamientos de la Bolsa Mexicana de Valores, cometidas por las personas obligadas conforme a dichas disposiciones e imponer las sanciones correspondientes de resultar procedente.

El Comité Disciplinario tiene como principales facultades:

- Conocer y resolver sobre los casos de presuntas violaciones a las Normas Autorregulatorias que emita la Sociedad, a las disposiciones de su Reglamento Interior y demás ordenamientos emitidos por la Bolsa Mexicana de Valores, conforme a los procedimientos que se establezcan en el citado Reglamento;
- Imponer las sanciones que procedan conforme al Reglamento Interior que rige a la Bolsa Mexicana de Valores, respecto de los asuntos a que se refiere el inciso
- Desahogar los casos que se sometan a su consideración, conforme al procedimiento disciplinario que se establezca en las Normas Autorregulatorias o en el Reglamento Interior de la Bolsa Mexicana de Valores;
- Conocer sobre las excusas y recusaciones de los miembros del Comité Disciplinario;
- Emitir criterios generales, lineamientos y manuales relativos a las actividades de este Comité;
- Colaborar a solicitud del Comité de Vigilancia y en el ámbito de sus respectivas competencias, en cualquier asunto derivado de la investigación por presuntas violaciones a las Normas y Ordenamientos a que se refiere el inciso
- Solicitar la comparecencia del Director de Vigilancia cuando lo considere necesario; y
- Proponer al Comité Normativo la expedición, modificación o derogación de Normas Autorregulatorias que emita la Sociedad, de su Reglamento Interior y demás ordenamientos que en ejercicio de sus facultades autorregulatorias expida la Bolsa Mexicana de Valores.

Comité Normativo

El Comité Normativo es un órgano delegado del Consejo de Administración de la Sociedad, para el ejercicio de sus facultades normativas y, por ende, establecer y mantener actualizado un marco normativo de carácter autorregulatorio.

El Comité Normativo tiene como principales facultades:

- Desarrollar, fomentar y mantener un marco normativo con orientación autorregulatoria que regule las actividades de los participantes del mercado de valores en concordancia con las leyes y disposiciones de carácter general aplicables a los mismos;

- Aprobar la abrogación, adición, derogación, expedición y modificación de normas que se contienen en el Reglamento Interior y demás ordenamientos y normas de la Bolsa Mexicana de Valores que, entre otros aspectos, establezcan un régimen autorregulatorio aplicable a la propia Sociedad y a las personas obligadas conforme a tales Ordenamientos;
- Divulgar de manera amplia y oportuna, a través de los medios que considere adecuados, la entrada en vigor de las normas que expida conforme al inciso
- Proponer a las autoridades competentes la expedición de reformas a las leyes y disposiciones de carácter general que repercutan en el mercado de valores;
- Servir como órgano de consulta para interpretar las normas que expida; y
- A solicitud del Comité de Listado de Valores de Emisoras de la Sociedad, emitir opinión sobre el contenido y alcance de cualquier aspecto jurídico relacionado con algún trámite de listado de valores en el Listado de la Sociedad.

Comité Técnico de Metodologías de Índices

El Comité Técnico de Metodologías de Índices es un órgano auxiliar de la Sociedad, para analizar, determinar y aprobar las metodologías de cálculo y revisión de los indicadores de mercado de la Bolsa Mexicana de Valores, así como sus procedimientos y reglas de mantenimiento.

El Comité Técnico de Metodologías de Índices, tiene, entre otras, las siguientes facultades:

- Analizar, revisar, determinar y aprobar las metodologías aplicables a los indicadores de mercado generados por la Sociedad;
- Conocer y resolver sobre los procedimientos y reglas de mantenimiento de los indicadores de mercado;
- Proponer, analizar y aprobar el establecimiento de nuevos indicadores de mercado y las mecánicas operativas que les resulten aplicables;
- Revisar y aprobar los cambios en las muestras de los indicadores de mercado y, en su caso, recomendar la inclusión y/o exclusión de series accionarias dentro de las mismas;
- Analizar, recomendar y determinar los criterios de selección de las muestras de los indicadores de mercado; y
- Definir los criterios de bursatilidad, capitalización, rotación, o cualquier otro que se emplee para la selección de las muestras de los indicadores de mercado.

Comité de Tecnología

El Comité de Tecnología es un órgano de apoyo del Consejo de Administración, cuyo objeto es primordialmente desempeñar las actividades consultivas y de asesoría en materia tecnológica.

El Comité de Tecnología tiene como principales facultades:

- Conocer y dar opinión al Consejo de Administración sobre la estrategia en materia de tecnología de la Sociedad y de las personas morales que controle, incluyendo sin limitar: sistemas, infraestructura de procesamiento, comunicaciones y servicios de tecnologías de información (proyectos de alto impacto en costo o en la estrategia), y contribuir a que la misma se encuentre alineada con los objetivos de negocio;
- Conocer y dar seguimiento a la implementación de los proyectos principales en materia de tecnología de la Sociedad y de las personas morales que controle e informar al Consejo de Administración de la Sociedad sobre la situación que guardan estos proyectos, incluyendo las desviaciones que, en su caso, detecte;
- Conocer y dar opinión al Consejo de Administración de la Sociedad sobre las adquisiciones relevantes de hardware y software, así como las contrataciones principales de servicios de terceros en materia de tecnología; y
- Promover el uso de estándares tecnológicos que permitan la generación de sinergias de la Sociedad y de las personas morales que controle.

Sistema Electrónico de Negociación, Transacción, Registro y Asignación

(SENTRA)

Es un mecanismo que ayuda a las casas de bolsa a realizar las operaciones de compra-venta de títulos-valor inscritos tanto en la bolsa, como en el registro nacional de valores e intermediarios. Este sistema sustituyó completamente a la forma de operación tradicional del piso de remates a viva voz. Este sistema está a cargo de la Bolsa Mexicana de Valores.

A partir de 1999 todas las operaciones se realizan al cien por ciento de forma electrónica. El SENTRA se divide en SENTRA Capitales y SENTRA Deuda

En los Monitores se puede apreciar la siguiente información.

- Precios de cotización por emisora
- Índices de precios y cotizaciones
- Acciones suspendidas
- Acciones con mayores cambios a la alza
- Acciones con mayores cambios a la baja
- Operaciones más representativas de renta variable por importe
- Operaciones más representativas de renta variable por volumen
- Tablas de lotes y pugas
- Horarios de remate
- Información sobre pago de dividendos
- Grafica semanal de IPC
- Numero de acciones por ADR.

El monitor presenta precios y cotizaciones por emisora, cada una de las cuales contiene la siguiente información:

- CLAVE DE LA EMISORA Y SERIE: Simplificación de la razón social con un máximo de 7 caracteres y cinco para la serie.
- IDENTIFICACION SI ES INTERNACIONAL:
- POSTURA DE VENTA: Volumen y el precio más bajo de la oferta
- POSTURA DE COMPRA: Volumen y el precio más alto de la demanda
- ULTIMO HECHO ANTERIOR: precio final negociado en la sesión anterior
- PARAMETROS DE FLUCTUACION: Limites en los que puede fluctuar el precio de una acción, sin que origine una suspensión
- PRECIO MAXIMO: Precio más alto negociado durante la sesión
- PRECIO MINIMO: Precio más bajo negociado durante la sesión
- PRECIO ULTIMO: Es la operación más reciente registrada en el corro
- PUJA: Referencia si forma parte de un índice, mínimo a operar y criterio de puja para venta en corto (PUJA, es el importe mínimo en que puede variar el precio de una acción respecto al hecho anterior registrado en bolsa)

Monitores de la BMV

Los monitores difunden en tiempo real las operaciones realizadas, además de la información complementaria. En cuanto a precios y cotizaciones de emisiones accionarias, la estructura de datos corresponde:

- Clave de la emisora y serie

Simplificada de la razón social, con un máximo de siete letras para la emisora y cinco para la serie por ejemplo teléfonos de México tiene dos series comunes en circulación TELMEX "A" y TELMEX "L"

TELMEX Serie A Teléfonos de México S.A.B. de C.V.

- Postura de venta

Se anota el volumen y la postura al precio más bajo

- Postura de compra

Volumen y postura al precio más alto

- Ultimo hecho anterior

Precio final de negociación en la sección anterior

- Parámetros de fluctuación

Son los parámetros en que se puede fluctuar el precio de una acción sin que se origine suspensión de la operación

- Precio máximo

Precio negociado más alto durante la sesión

- Precio mínimo

Precio negociado más bajo durante la sesión

- Precio ultimo

La operación más reciente registrada

Sobre la red de monitores también se encuentran nueve bandas con información luminosa en movimiento (tickers), estas transmiten el tipo de cambio de diferentes divisas, índices de las principales bolsas del mundo y volúmenes operados.

Conclusiones

El mercado de valores es la mejor opción para las empresas mexicanas que desean obtener financiamiento para seguir desarrollándose. El acceso al financiamiento bursátil a través de la colocación de acciones o la emisión de títulos de deuda en el mercado de valores es un procedimiento exigente. Obtenerlo constituye por sí mismo un reconocimiento al grado de madurez de la empresa y liderazgo de sus directivos. Esta es una de las formas más eficientes para lograr los planes de expansión y modernización de la empresa, basarlos en esquemas de financiamiento competitivo, mismo que se pueden obtener a través del mercado de valores. Al fortalecer la estructura financiera mediante una oferta pública de instrumentos de deuda o capital, es posible, Optimizar costos financieros, Obtener liquidez inmediata, Consolidar y reestructurar pasivos, Modernizarse y crecer, Financiar investigación y desarrollo.

Para un inversionista que quiere acrecentar sus recursos, en el mercado de valores esta una buena opción pero con el riesgo que conlleva el mercado al ser inestable. Entonces el mercado de valores es un mercado de riesgo, pero también es el que puede generar rendimientos excelentes a un para el más exigente. Lo más recomendable para el inversionista es una diversificación de riesgo, es decir que elija diferentes acciones para tener un portafolio diversificado y así disminuir el riesgo de perder todo en una sola emisora de acciones. En algunas acciones puede tener pérdida y en otras ganancias con lo cual se compensan, ya que en el mercado unos ganan y otros pierden.

Bibliografía

Parámetros de inversión en acciones de valor bursátil primera edición septiembre 2001 México D.F.
C.P. Ma. De los Ángeles Arévalo
INSTITUTO MEXICANO DE CONTADORES PUBLICOS A.C.

Para entender la bolsa
Financiamiento e Inversión en el Mercado de Valores
Arturo Rueda
Editorial THOMSON LEARNING ISBN 970-686-131-9

Sistema financiero de México

Editorial: MC GRAW HILL, 2002
Eduardo Villegas Hernández /Ortega Ochoa.

Administración de Inversiones

Editorial: MC GRAW HILL, 2002
Eduardo Villegas Hernández /Ortega Ochoa.

Mercados e Instituciones Financieras.

Editorial: Prentice Hall.
Frank J. Fabozzi/Franco Modigliani/ Michael G. Ferri.

Mercados Financieros de México y el Mundo.

Editorial: Gasca –Sicco
Manuel Díaz Mondragón.

El Mercado Bursátil en el Sistema Financiero

Editorial: MC Graw Hill, 2005
Díaz Mata / Aguilera Gómez.

Ley del Banco de México

Ley del Mercado de Valores

Ley de Sociedades de Inversión

Ley General de Sociedades Mercantiles

Ley de General de Organizaciones y Actividades Auxiliares de Crédito

Ley de Instituciones de Crédito

Ley de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores

PROYECTO PRODUCTIVO PUESTA EN MARCHA Y OPERACIÓN DE UNA PLANEACIÓN DE UNA PLANATA DE RECICLAJE DE PLASTICO PET EN EL MUNICIPIO DE MORELIA, MICHOACAN

M. A. Hugo Alejandro Mier Schmidt. cpmahams@hotmail.com
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

La licenciatura en contaduría es una carrera muy dinámica existiendo varias aéreas de desarrollo profesional, como es la contabilidad, los costos, los impuestos, la auditoria, pero para nuestro estudio nos enfocaremos hacia las finanzas, que nos permite por un lado buscar nuevas formas para encontrar actividades productivas para generar fuentes de empleo pero también fuentes de riqueza, en lo particular una industria cuyo enfoque cuida el medio ambiente y la protección de los recursos naturales para beneficio de la sociedad en su conjunto.

Palabras clave: inversión inicial, proyectos de inversión y rentabilidad.

Abstract

Bachelor's degree in accounting is a very dynamic career there are several areas of professional development, such as accounting, costs, taxes, auditing, but our study will focus on finance, which allows one side to look for new ways to find productive activities to generate sources of employment but also sources of wealth, particularly in an industry that focuses on environmental care and protection of natural resources for the benefit of society as a whole.

Key words: initial investment, investment projects and profitability.

Introducción

La planta de reciclaje de PET se localizará en el municipio de Morelia, Michoacán, con las siguientes colindancias: al Norte con los municipios de Huaniqueo, Chucándiro, Copándaro y Tarímbaro; al Éste con los municipios de Tarímbaro, Charo, Tzitzio y Madero; al Sur con los municipios de Madero, Acuitzio, Pátzcuaro y Huiramba; al Oeste con los municipios de Huiramba, Lagunillas, Tzintzuntzan, Quiroga, Coeneo y Huaniqueo, al Interior del Estado y del País, colinda al Norte con los estados de Jalisco, Guanajuato y Querétaro de Arteaga; al Éste con los estados de Querétaro de Arteaga, México y Guerrero; al Sur con los estados de Guerrero y el Océano Pacífico; al Oeste con los estados de Colima, Jalisco y el Océano Pacífico.

La planta de reciclaje PET se localizará en Ciudad Industrial de Morelia (CIMO), que abarca 354 hectáreas y una ampliación de 100 hectáreas más, para el cumplimiento de la demanda existente y que da cabida a 180 empresas, que generan 9 mil 50 empleos. Sin embargo el 30% de ellas son manufactureras, el resto son bodegas y centros de distribución, pero no cuenta con ninguna empresa grande, tan solo medianas y pequeñas.

Capítulo I

El municipio de Morelia se caracteriza zona urbana, que predomina el sector servicios como (turismo, comercio y transporte), por encima del sector industrial y agrícola, según datos del INEGI y del Gobierno del Estado, pero cuenta con una zona industrial propia, para la instalación y operación de empresas industriales, como la nuestra.

La elección del terreno se obtuvo mediante una minuciosa investigación de los siguientes componentes:

Plan Director de Desarrollo Urbano.

Sistema Normativo de Desarrollo Urbano.

Reglamento Interno de Ciudad Industrial de Morelia, Michoacán.

La ubicación del terreno se encuentra en Ciudad Industrial, Morelia, Michoacán, con una superficie de 600 m²

En la problemática general de Morelia se puede observar un deterioro progresivo de la calidad de vida urbana, un crecimiento acelerado que rebasa la capacidad de los recursos e instrumentos disponibles y una escasa participación ciudadana.

Por lo que respecta a la planeación, existen numerosas limitaciones técnicas jurídicas y administrativas que impiden en mucho cumplir con los propósitos de ordenar, regular y administrar el Desarrollo Urbano de Morelia.

En términos del desarrollo urbano, nos encontramos con un fenómeno de crecimiento físico desordenado y desequilibrado, que afecta permanente y sistemáticamente la estabilidad del desarrollo sustentable. Así mismo la ciudad cuenta también con problemas en su desarrollo urbano interno, por la asignación de funciones como centro regional.

En cuanto a las políticas de desarrollo urbano, existen sectores de la ciudad con evidentes problemas de deterioro físico y/o funcional, que han relegado o desviado de sus objetivos el desarrollo urbano alcanzado o propuesto.

La conceptualización deficiente de la zonificación primaria, basada en una inapropiada valoración de la vocación del suelo, así como del crecimiento físico del área urbana de Morelia, rodeada por áreas de preservación ecológica, resulta invariablemente en que el crecimiento no previsto pero inminente del área urbana, se tenga que resolver en dichas áreas, situación que contraviene los principios de la planeación y del ordenamiento y regulación propuestos.

Dentro de la superficie para la construcción de los edificios se deberá exigir lo siguiente;

No sobrepasar:

El 50% del área total, para la industria pesada.

El 60% del área total, si es industria mediana.

El 70% del área total, si es industria ligera.

Capítulo II

Se considera viabilidad todas aquellas áreas (avenidas, calles, vías férreas, fluviales o marítimas) por donde se realizan los transportes y comunicaciones, de personas o servicios que llegan a las industrias, sobre las cuales se observarán los siguientes puntos:

Se respetarán las especificaciones indicadas en la Secretaría de Obras Públicas.

Se prohíbe la utilización de las calles para movimientos de carga y descarga de las industrias, así como para el estacionamiento de vehículos.

Todas las áreas necesarias de carga, descarga y circulaciones internas se harán dentro del predio.

El acceso y salida de las áreas de carga, descarga y el estacionamiento, no deberán obstruir ni entorpecer la circulación de la vía pública.

En caso de utilizar espuela de ferrocarril alguna industria, ésta no deberá cruzar con vías importantes, debiendo ajustarse a Las Normas de Diseño y Seguridad que para estas instalaciones dicte el Departamento Técnico de Ferrocarriles Nacionales de México.

Analizar los aspectos físicos, geográficos, de infraestructura, de población, de actividades económicas y vocación productiva, dentro del área geográfica en estudio, así como de su entorno, a fin de conocer los factores que en algún momento pueden influir positiva o negativamente, en la construcción y operación de la planta de reciclaje de PET en el municipio de Morelia, Michoacán.

Alumbrado Público 88%.

Recolección de Basura 75%.

6 Mercados.

Rastro 100%.

Panteón 90%.

Cloración del Agua %.
Seguridad Pública 100%.
Parques y Jardines 900,000 m². De áreas verdes.

Capítulo III

Planta de reciclaje de PET: Será de carácter económico, se creará para beneficio propio y por medio de la iniciativa privada.

El proyecto es de naturaleza mixta, porque requiere no solo de infraestructura, sino también de la organización para la operación y el mantenimiento, todo con el fin de que el funcionamiento de la misma sea el más adecuado.

La categoría a la que pertenece el proyecto es de producción de un producto, en la actividad que pertenece es la sector de industria de transformación de la materia prima.

Esta empresa se construirá con la finalidad de que el producto que se venda sea útil para la sociedad, el cual es un producto que va a ser reciclado para que se obtenga un producto benéfico. También será una empresa comprometida con el mejoramiento del medio ambiente y disminución del impacto ambiental a través del proceso de reciclado.

CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

Recolección de pet: Consiste en la recolección de Pet, para su separación.

Reutilización de pet: Consiste en la reutilización del pet, para su Aprovechamiento.

Reducimiento de pet: Consiste en la disminución de basura pet, ahorro de energía, de agua, y bajo costo en la elaboración de productos nuevos para el productor y bajo precio para el consumidor.

Separación de residuos pet: Consiste en la separación de pet, para su proceso.

Para concluir con el análisis de la demanda y de la oferta, finalmente se elaborara un balance de ambas, que se emplea como elemento de comparación entre los dos aspectos más importantes del mercado, para determinar si es conveniente continuar con la idea o definitivamente desecharla, mediante la existencia y magnitud de los superávit o el déficit de la oferta. La finalidad del balance oferta-demanda es comparar desde el punto de vista cuantitativo de la demanda y oferta.

Planeación:

Se recolectará la materia prima, de centros de acopio de botellas pet.

Se separará la materia prima, esta previamente recolectada por un grupo de separadores.

Se procesará la materia prima, por un grupo de obreros.

Se empacará y etiquetará el producto final, por un grupo de obreros, para su comercialización.

Desarrollo:

Se recolectará la materia prima.

Se separará la materia prima.

Se procesará la materia prima.

Se empacará y etiquetará el producto final, para su comercialización

Para llevar a cabo una estrategia de comercialización efectiva y venta de resinas PET, se emplearan las siguientes herramientas.

Publicidad.

Promoción.

Promoción de ventas.

Ventas directas.

Ventas personales.

Relaciones públicas.

Capítulo IV
PLAN O PRONÓSTICO DE INGRESOS

CONCEPTO	kg natural (equiv a 1 ton)	Costo unitario Pet
Materia Prima	1,000	\$ 1.80
HORAS X DIA	16	
Cantidad semestral kg	1,500,000	
Precio x tonelada	\$9,000.00	
precio de venta por kg	\$ 9.00	

Para efectos de análisis financiero y del

presupuesto de ingresos se tomo como base el precio de venta de \$ 1.80 por KG. y una capacidad de la maquinaria el primer año de 65%, y los demás años al 95%.

PRESUPUESTO DE COMPRA DE MATERIALES

PRESUPUESTO DE EFECTIVO PARA LA COMPRA DE MATERIALES			
Descripcion	Semestre 1	Semestre 2	Totales
Compra de materiales	1500000.00	1500000.00	
Imprevistos mermas	75000.00	75000.00	
Total a Producir	1575000.00	1575000.00	
Costo Unitario	\$ 1.80	\$ 1.80	
Presupuesto de Efectivo	\$ 2,835,000.00	\$ 2,835,000.00	\$ 5,670,000.00

PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS DE FABRICACION			
Descripcion	Semestre 1	Semestre 2	Totales
Compra de materiales indirectos	986301.37	986301.37	
Costo Unitario	\$ 1.28	\$ 1.28	
Presupuesto de Efectivo	\$ 1,261,733.92	\$ 1,261,733.92	\$ 2,523,467.84

MATERIA PRIMA DEL 1 AÑO A LA CAPACIDAD DEL 65%

Concepto	Importe Mensual	Importe Anual
Materiales indirectos	\$ 210,288.99	\$ 2,523,467.84
Energia, agua y combustion	\$ 132,500.00	\$ 1,590,000.00
Materias primas	\$ 472,500.00	\$ 5,670,000.00
GASTOS OPERATIVOS	\$ 815,288.99	\$ 9,783,467.84

INDICADORES QUE NO CONSIDERAN EL VALOR DEL DINERO EN EL

TIEMPO
TIEMPO DE RECUPERACIÓN (PAYBAK).

El tiempo de recuperación de un proyecto de inversión permite conocer el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial con base en los flujos de efectivo esperados.

AÑO		FLUJO EFECTIVO NETO		INGRESOS ACUMULADOS	
0		- 5,771,040.00	B		
1		- 41,037.36		-\$41,037.36	
2		4,198,772.25		4,157,734.89	
3	A	3,983,942.43	D	\$8,141,677.32	C

RENDIMIENTO CONTABLE.

Es la relación que existe entre las utilidades promedio y la inversión inicial.

Tasa Rendimiento Contable = Utilidades Promedio / Inversión Inicial (So).

Año	Flujo Caja Neto		
1	- 41,037.36		
2	4,198,772.25		
3	3,983,942.43		
4	4,097,471.18		
5	5,756,192.58		
	17,995,341.08	SUMA UTILIDADES	
		ENTRE:	
	5	PERIODOS DEL PROYECTO	
	\$3,599,068.22		
		ENTRE:	
	- 5,771,040.00	INVERSION INICIAL	
	62.36%	RENDIMIENTO CONTABLE	

INDICADORES QUE SI CONSIDERAN EL VALOR DEL DINERO EN EL TIEMPO VALOR PRESENTE NETO (VPN).

El valor presente neto o valor neto actual es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros. El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado.

Tasa Descuento (k)		30.00%	
Año (n)	Flujo Caja Neto (St)	FIVP	Flujo Caja Descontado
		(1+k)^n	St/((1+k)^n)
0	-\$ 5,771,040.00	-	-
1	- 41,037.36	76.92%	-\$31,567.20
2	4,198,772.25	59.17%	\$2,484,480.62
3	3,983,942.43	45.52%	\$1,813,355.68
4	4,097,471.18	35.01%	\$1,434,638.56
5	5,756,192.58	26.93%	\$1,550,310.02
SUMA FLUJOS DESCONTADOS			\$7,251,217.67
MENOS:			
INVERSION INICIAL			-\$ 5,771,040.00
VALOR PRESENTE NETO			\$1,480,177.67

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente.

Tasa Descuento(k)		3			Tasa Descuento(k)		4	
		0					0	
		%					%	
Año (n)	Flujo Caja Neto (St)	FIVP	Flujo Caja Descontado		Año (n)	Flujo Caja Neto	FIVP	Flujo Caja Descontado
(n)		(1+k)^n	St/((1+k)^n)		(n)		(1+k)^n	St/((1+k)^n)
0	-\$ 5,771,040.00	-	-		0	-\$ 5,771,040.00	-	-
1	- \$41,037.36	76.92%	-\$31,567.20		1	- \$41,037.36	76.92%	-\$29,312.40
2	\$4,198,772.25	59.17%	\$2,484,480.62		2	\$4,198,772.25	59.17%	\$2,142,230.74

		1 7 %					0 2 %	
	\$3,98 3,942. 43	4 5 .5 2 %	\$1,81 3,355. 68		\$3,98 3,942. 43	3 6 .4 4 %	\$1,45 1,874. 06	
	\$4,09 7,471. 18	3 5 .0 1 %	\$1,43 4,638. 56		\$4,09 7,471. 18	2 6 .0 3 %	\$1,06 6,605. 37	
	\$5,75 6,192. 58	2 6 .9 3 %	\$1,55 0,310. 02		\$5,75 6,192. 58	1 8 .5 9 %	\$1,07 0,274. 40	
SUMA FLUJOS DESCONTADOS			\$7,25 1,217. 67		SUMA FLUJOS DESCONTADOS			\$5,70 1,672. 17
	MEN OS:				MEN OS:			
INVERSION INICIAL			-\$ 5,771, 040.0 0		INVERSION INICIAL			-\$ 5,771, 040.0 0
VALOR PRESENTE NETO			\$1,48 0,177. 67		VALOR PRESENTE NETO			- \$69,3 67.83
	VA AL	3 0 %	\$7,25 1,217. 67					
	VA AL	4 0 %	\$5,70 1,672. 17					
	DIFER ENCIA	1 0 %	\$1,54 9,545. 51					

COSTO ANUAL EQUIVALENTE (CA).

Es un método que se deriva del valor actual neto. Se conoce como costo anual equivalente y consiste en distribuir el costo de la inversión en los años que dura el proyecto y se compara año con año el costo anual equivalente, con el flujo positivo que genera. Se debe elegir aquel proyecto que tenga un menor costo anual equivalente por año.

CONCLUSIONES

Tasa Descuento(k)		30%
Año	Pago Anual Fijo	FIVP
		$St - \frac{So}{(1+i)^n}$ i)
0	-\$ 5,771,040.00	-
1	-\$7,502,352.00	1.300
2	-\$2,250,705.60	0.390
3	-\$3,174,072.00	0.550
4	-\$2,660,449.44	0.461
5	-\$2,366,126.40	0.410
Factor a 5 años		3.111

Y/O

RECOMENDACIONES

No todos los planes de negocios resultan exitosos, el echar a andar un negocio implica el uso de recursos propios o de terceros, el fracaso de un negocio puede significar la pérdida total o parcial de dichos recursos, por tal motivo para disminuir esas pérdidas se elaboran los proyectos, así a través de ellos podemos establecer en el presente si nuestras ideas son rentables económica y financieramente si son implementadas.

Con base en los estudios de; mercado, técnico, de organización y financiero:

El proyecto es viable por que cubriría un segmento del mercado de reciclado de Pet el cual es susceptible de ser aprovechado, esto en base el estudio técnico.

En base al los indicadores financieros, se concluye que el negocio es rentable siendo estos mismos favorables al presentar una TIR de 46.34% y una VAN de \$ 2, 231,109.14 pesos.

El futuro de la empresa

Este proyecto tiene enormes posibilidades de expansión en un futuro y esto es debido a las distintas aplicaciones que tiene el RPET en nuestra vida cotidiana.

Otra opción es incursionar en aplicaciones de embalaje como fleje y correas ya que estos materiales también son muy demandados en el país.

Por último puede entrar en la cadena de la industria textil mexicana, gracias a los bajos costos con los que se puede conseguir las fibras hechas del RPET mexicano, es posible competir con los costos de mano de obra de la industria textilera china.

Al final del tiempo de vida del proyecto, se deben estudiar estas opciones y también analizar la posibilidad de hacer pública la compañía, con la finalidad de lograr estas unidades de negocios y tal

vez en cierto tiempo incursionar en el reciclado químico con el cual se triplicarían los ingresos obtenidos con el método mecánico.

Bibliografía:

RIVERO, Aguilar Margot, “Reciclamiento de Basura Una opción Ambiental Comunitaria”, Ed. Trillas.

VÁZQUEZ, Trejo Rodolfo, “Procesamiento de la Basura Urbana”, Ed. Trillas.

ILPES, “Guía para la presentación de proyectos”, Ed. XXI. AMIGOS de la Tierra, “Reciclado de papel”.

Cortázar Martínez, Alfonso. Introducción al análisis de proyectos de inversión. Trillas. México 1993.

CORTAZAR MARTINEZ, ALFONSO. “Introducción al análisis de proyectos de inversión ”. Trillas. México 1993.

El papel de la información financiera en la evaluación de proyectos de inversión.

Contabilidad de costos.

Instituciones:

INEGI, “Cuaderno Estadístico Municipal Morelia Michoacán de Ocampo”, Ed. 2004.

SECRETARÍA DEL MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES, “Propuesta para el reciclado de papel”.

SECRETARÍA DE URBANISMO Y MEDIO AMBIENTE, “Programa Estatal para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos en Michoacán de Ocampo”, Ed. Documento de Consulta Pública 30/01/2008.

Leyes y reglamentos:

- Ley del Impuesto sobre la renta (LISR).
- Ley General de Sociedades Mercantiles (LGSM)
- Código Fiscal de la Federación (CFF)

H. CONGRESO DEL ESTADO, “Ley de Desarrollo Rural Integral Sustentable del Estado de Michoacán de Ocampo, Texto Original”, Ed. Publicado en el Periódico Oficial el Miércoles 18 de Enero de 2006, Tomo CXXXVII, No. 93.

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL 28 DE ENERO DE 1988, “Ley de Equilibrio Ecológico y Protección al Medio Ambiente”, Ed. Última Reforma Publicada DOF el 5 de Julio de 2007.

CONGRESO DEL ESTADO DE MICHOACÁN, “Nueva Ley”.

PANORAMA DEL SISTEMA FINANCIERO MEXICANO: EL CRÉDITO AL CONSUMO COMO UN FACTOR DETONANTE DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

M.C. Edgar Martínez Altamirano Correo electrónico: edgamart@hotmail.com FCCA y FEVAQ, UMSNH
M.C. Rodrigo Gómez Monge Correo electrónico: rmonge@umich.mx FEVAQ, UMSNH
M.C. Manuel Romo de Vivar Mercadillo Correo electrónico: mromodevivar@hotmail.com FEVAQ, UMSNH

RESUMEN

El presente documento señala algunos conceptos básicos del Sistema Financiero Mexicano, como un elemento que influye directamente sobre las expectativas de la economía, las tasas de interés de mercado, los precios de los activos, las decisiones de consumo, ahorro e inversión y el crédito, y con ello, ocasiona cambios en la demanda agregada, el nivel de precios y el empleo.

El análisis se centra tan solo en una de las variables del Sistema Financiero Mexicano, el crédito al consumo, factor sumamente importante para ampliar la capacidad de consumo y facilitar la consolidación del patrimonio familiar y que, por ello, contribuye de manera importante a expandir el nivel de ventas de las empresas nacionales y en general de la economía.

Se explica el procedimiento metodológico a través de un modelo econométrico simple que permite diagnosticar el grado de relación que existe entre el crédito al consumo y el Producto Interno Bruto, como un indicador básico del crecimiento económico.

Palabras clave: Sistema Financiero Mexicano, crédito al consumo, Producto Interno Bruto.

ABSTRACT.

This document outlines some basic concepts of the Mexican Financial System, another factor that directly influences the expectations of the economy, market interest rates, asset prices, consumption decisions, savings and investment and credit, and thus results in changes in aggregate demand, the price level and employment.

The analysis focuses only on one of the variables in the Financial System, consumer credit, very important factor to increase the consumption capacity and facilitate the consolidation of family property and, also contributes significantly to expand the level of sales of domestic firms and the economy generally.

Methodological approach is explained through a simple econometric model that can diagnose the relationship between consumer credit and Gross Domestic Product, the basic indicator of economic growth.

Key words: financial system, consumer credit, Gross Domestic Product.

INTRODUCCIÓN

En las economías modernas, los Sistemas Financieros desempeñan tareas relativas a la transferencia de ahorro, inversión, consumo, tasa de interés, gasto, entre otros; y en su caso reasignar riesgos entre los distintos agentes de una economía. El Sistema Financiero influye significativamente sobre casi todas las actividades económicas, por ello, el presente trabajo tiene como objetivo el verificar el impacto que tiene el crédito al consumo¹¹⁵ sobre el Producto Interno Bruto¹¹⁶ (PIB).

De acuerdo con datos publicados por el Banco de México y el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), el crédito total al consumo se ha reducido en un 60% de 1995 a la fecha. Desde luego esta reducción del crédito tiene que ver con el deterioro del ingreso y la riqueza

¹¹⁵ De acuerdo al Banco de Información Económica del INEGI, el crédito al consumo esta subdividido en: tarjetas de crédito y bienes de consumo duradero (de los cuales sobresale el crédito automotriz). En <http://dgcnesyp.inegi.org.mx/cgi-win/bdieintsi.exe/NIVR70009000300075007500900150#ARBOL>

¹¹⁶ El PIB es el valor de la producción total de bienes y servicios finales de un país durante un cierto periodo, generalmente un año. PARQUIN y ESQUIVEL (2007); “*Macroeconomía, Versión para Latinoamérica*”; Edit. PEARSON; México, p.179.

de las personas que les impide endeudarse por sus bajos salarios o debido a su falta de solvencia dada por la pérdida de parte de su patrimonio (que sirve, precisamente, para obtener créditos).

El crédito – como un indicador relacionado estrechamente con las actividades económicas - otorgado por bancos y otras instituciones financieras, se trata de un indicador estándar utilizado por la teoría del crecimiento para explicar que países con mayores niveles de crédito presentan a la vez mayores tasas de crecimiento económico. El aumento del crédito y del empleo son factores esenciales que han impulsado la expansión y la recuperación de la producción nacional. Por ello, los países con sistemas financieros menos desarrollados no solo captan una menor cantidad de depósitos, también canalizan una menor proporción de éstos al sector privado o a la sociedad en la forma de créditos.

El trabajo esta dividido en cinco partes, inicialmente se muestra el marco teórico que paralelamente, permitirá justificar y comprender este análisis. Posteriormente, se muestra brevemente -y haciendo hincapié en las variables de estudio- el contexto de la estructura del Sistema Financiero Mexicano. En el tercer apartado, se hace un breve análisis de la estructura del Sistema Financiero Mexicano. El cuarto titulo hace referencia a los momentos críticos que se han presentado en el Sistema Financiero Mexicano en 1982, 1991-1992, 1997 y 2007, haciendo énfasis a partir de 1994, ya que durante este periodo el Sistema Financiero y la economía sufrieron cambios considerables. El quinto apartado esta compuesto por un modelo econométrico¹¹⁷ simple, que permitirá interpretar y en su caso pronosticar el desempeño y la relación existente del crédito al consumo y la producción de México; y por último se describen algunas conclusiones tanto del estudio empírico como teórico.

JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO DEL SISTEMA FINANCIERO Y LA ACTIVIDAD ECONÓMICA.

Los grandes objetivos macroeconómicos consisten, básicamente, en alcanzar niveles de producción y renta que garanticen el empleo óptimo de los recursos productivos, con niveles de precios estables y una dinámica de crecimiento sostenido de magnitudes y variables reales que haga posible hacer frente a las mayores necesidades que paulatinamente se van generando en la sociedad.

Se trata de alcanzar una situación de equilibrio entre las posibilidades productivas de una economía y las expectativas de gasto de los agentes. Cabe señalar que dichas expectativas dependen del comportamiento de diversos agentes económicos y pueden modificarse incluso en periodos cortos, dando lugar a desequilibrios entre las capacidades productivas y demandas globales que generan en la economía.

Por ello es preciso conocer los componentes y determinantes del producto y del gasto global, los mecanismos de adecuación con que cuenta la economía, así como las posibilidades de actuación que existen sobre cada uno de ellos a fin de evitar desequilibrios e inestabilidad.

Dentro de las alternativas de la determinación del Producto Interno Bruto (PIB), se encuentra el enfoque de la renta y el gasto. Contablemente se puede obtener la misma medición sea cual sea el procedimiento, pero, desde un punto de vista macroeconómicos, no es indiferente tomar como punto de partida uno u otro.

Es aceptable suponer entonces, que las empresas producen bienes y servicios porque los consumidores han decidido comprarlos. En condiciones normales, las empresas actúan con cierta capacidad que les permite responder a los aumentos de la demanda¹¹⁸ con aumentos en la producción. Por ello resulta útil en la práctica, a la hora de realizar estimaciones del PIB y diseñar

¹¹⁷ Análisis cuantitativo de fenómenos económicos reales, basados en el desarrollo simultaneo de la teoría y la observación, relacionados mediante métodos apropiados de inferencia. GUJARATI M. Damodar (1997); *“Econometría”*; Ed. Mc Graw Hill; Bogotá, Colombia.

118

La visión keynesiana aboga por la política fiscal y monetaria para contrarrestar de manera activa los cambios de demanda agregada generados por una recesión. Al estimular la demanda, se pueden restablecer el pleno empleo. La perspectiva keynesiana se basa en supuestos acerca de las fuerzas que determinan la demanda agregada. PARQUIN y ESQUIVEL (2007); *“Macroeconomía, Versión para Latinoamérica”*; Edit. PEARSON; México, p.179.

sus actuaciones, comenzar por la estimación y el comportamiento de aquellas determinantes del gasto que se producen en la economía.

Para determinar el crecimiento del PIB se deben estimar las demandas futuras de los diversos agentes económicos: la demanda global de consumo a realizar por las familias, la demanda de inversión, el gasto público a realizar por el Estado y la demanda de bienes y servicios nacionales de los residentes en el resto del mundo.

Siendo el consumo un determinante del PIB, el presente documento analiza el panorama del sistema financiero mexicano haciendo énfasis en el estudio de la demanda del crédito al consumo y su relación con la producción interna bruta. Para Simon Kuznet, los determinantes del consumo en periodos largos no eran estables como se deducía de las propuestas de keynesianas, ya que este no había tenido en cuenta que el nivel de riqueza varía a lo largo del tiempo. Keynes¹¹⁹ había realizado su análisis del consumo a corto plazo, pero a largo plazo su evolución es diferente. En este caso, el consumo no depende solamente de la renta disponible, sino también de los ingresos que el consumidor espera obtener en el futuro¹²⁰ (Torres, 2002: 181).

Ocurre, no obstante, que siempre hay gran incertidumbre sobre estos ingresos futuros, de manera que el consumo actual estará condicionado por las posibilidades que haya para endeudarse. Estas dependen de que haya un mercado financiero ágil y que genere gran oferta de créditos, así como del tipo de interés.

Para James Duesenberry, existe una especie de irreversibilidad de los componentes del consumo, al depender éste en buena medida del consumo realizado en periodos precedentes. Incluso, cuando los consumidores sufren una pérdida del poder adquisitivo tienden a mantener sus niveles de vida anteriores (ahorrando menos o endeudándose) (Torres, 2002: 182).

En este sentido, cuando una economía tiene las posibilidades de incrementar la cantidad de dinero hace que los bancos dispongan de mayor liquidez y se encuentren con exceso de caja. Esto, les llevará a adquirir activos rentables, por ejemplo en forma de créditos. Para aumentar la concesión de préstamos habrán de disminuir los tipos de interés, lo que abaratará el financiamiento de inversión.

Uno de los rasgos distintivos de las economías actuales es el desarrollo de la esfera financiera, es decir, el inmenso y desproporcionado crecimiento de los flujos monetarios.

Algunos de los factores que han contribuido a ello, se encuentran:

- El endeudamiento familiar y empresarial.
- La gran cantidad de activos financieros que fueron acumulando las empresas multinacionales y los bancos.
- La necesidad de inyectar volúmenes cada vez mayores de recursos financieros para tratar de controlar las oscilaciones del tipo de cambio.
- La introducción de nuevas tecnologías que permiten operar más rápidamente o en tiempo real, en los mercados financieros.
- El régimen de plena libertad que afecta a los movimientos internacionales de capital.

El incremento tan grande que han tenido los flujos financieros trae consigo profundas modificaciones en la naturaleza del dinero de las economías, en el papel que desempeñan los intermediarios

119

Keynes, plantea modelos que eviten las fluctuaciones económicas y lograr el pleno empleo. Confirma un novedoso y activo papel de la política económica, lo que permitiría al Estado corregir los desequilibrios y compensar las insuficiencias del gasto privado. La influencia keynesiana fue el detonante y la referencia de todo el pensamiento económico durante más de cuarenta años en las economías más desarrolladas y una guía permanente para la ejecución de la política económica de los gobiernos.

¹²⁰ El tipo de interés puede tener efectos distintos sobre el consumo a largo plazo. Por un lado provoca un llamado efecto renta: si los tipos de interés son elevados, entonces el valor actual de la riqueza es mayor y eso significa que se podrá mantener el consumo futuro con menos ahorro presente. Por otro lado, provoca un efecto sustitución: si en el presente los tipos de interés están altos quiere decir que ahora es más caro endeudarse que en el futuro, lo que disminuirá el consumo presente aumentando el ahorro. TORRES LOPEZ Juan (2002: 181); *"Economía Política"*, Edit. Pirámide; Madrid, España.

financieros y en la variedad de instituciones que pueden influir sobre la cantidad de medios de pago existentes en la economía.

ESTRUCTURA DEL SISTEMA FINANCIERO MEXICANO

El Sistema Financiero ha sufrido grandes modificaciones desde 1970 a la fecha. Estas modificaciones se han logrado en medio de incertidumbre causada por el retiro de la concesión del servicio bancario a los particulares, de dos crisis bancarias severas, así como la extranjerización de la banca.

Las reformas a la ley bancaria, han sido de las más pasajeras en la historia del derecho mexicano (Ortiz, 1994). Entre 1989 y 1994, se llevaron a cabo múltiples modificaciones a la legislación financiera, además del restablecimiento del régimen mixto en la prestación del servicio de banca y crédito. El objetivo de estas modificaciones era el disminuir la regulación excesiva y mejorar la supervisión; reconocer y regular sin excesos a los nuevos intermediarios e instrumentos financieros; fomentar la capitalización de los intermediarios; aprovechar las economías de escala y promover mejor cobertura de mercados y mayor competencia entre intermediarios. A partir de estas reformas entraron en escena nuevos intermediarios, al reconocer jurídicamente a las empresas de factoraje como organizaciones auxiliares de crédito y al incluir en la legislación mexicana el concepto de intermediarios financieros no bancarios (Clavijo y Bolvinik, 2000: 269).

Las reformas del sistema financiero mexicano propiciaron el marco básico para emprender la desincorporación de los bancos comerciales de propiedad estatal y la formación ordenada de nuevos grupos financieros. Además, la privatización de la banca requirió de nuevas leyes y la reforma de otras.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) es la máxima autoridad y ejerce funciones de supervisión y vigilancia a través de tres comisiones nacionales: la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF) y la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR). A su vez el Sistema Financiero se clasifica en tres subsistemas: el subsistema bancario y de valores¹²¹; el subsistema de seguros y fianzas¹²² y el subsistema de ahorro para el retiro¹²³. Existe una cuarta comisión: la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Servicios Financieros (CONDUSEF), que aunque no vigila ni supervisa a algún sector del Sistema Financiero Mexicano, proporciona seguridad a los usuarios del mismo (Ver Gráfica 1).

El Sistema Bancario Mexicano es una estructura organizacional, dentro del cual opera un conjunto de instituciones bancarias, la cual responden a las directrices que marca el Banco de México. Se llama banca a la actividad que realizan las instituciones de banca múltiple y banca de desarrollo en sus diferentes modalidades, las cuales integran el sistema bancario y constituyen instituciones de intermediación financiera.

¹²¹Integrado por instituciones de crédito (de banca múltiple y banca de desarrollo), organizaciones auxiliares de crédito, actividad auxiliar de crédito, sociedades financieras de objeto limitado (sofoles) y de objeto múltiple (somofes), el Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros, fideicomisos del Gobierno Federal para el fomento económico, bolsa de valores, bolsa de derivados, empresas calificadoras, casas de bolsa, Asociación Mexicana de Intermediarios Bursátiles, sociedades de inversión, sociedades operadoras de sociedades de inversión. Hoy pueden incluirse además de sociedades cooperativas de ahorro y préstamo las federaciones y confederaciones que las agrupan y las financieras populares, integrantes del sistema financiero popular. Todos estos organismos son supervisados por la CNBV. En <http://www.cnbv.gob.mx/Bancos/Paginas/PadrondeEntidadesSupervisadas.aspx>

¹²²Integrado por instituciones de seguros, sociedades mutualistas e instituciones de fianzas, organismos supervisados por la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF). En <http://www.cnbv.gob.mx/Bancos/Paginas/PadrondeEntidadesSupervisadas.aspx>

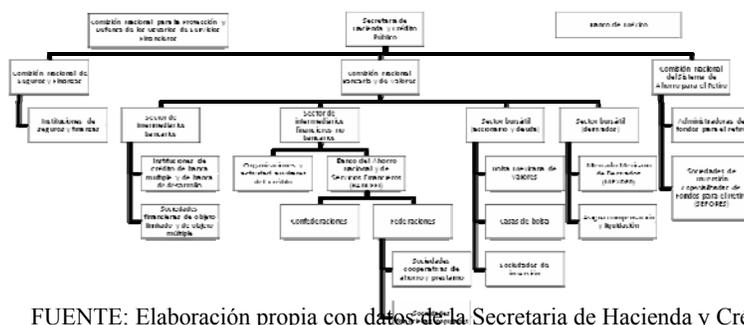
¹²³Integrado por administradoras de fondo para el retiro (afores) y sociedades de inversión especializadas en fondos para el retiro (siefores), supervisadas por la CONSAR. En <http://www.cnbv.gob.mx/Bancos/Paginas/PadrondeEntidadesSupervisadas.aspx>

La Ley de Instituciones de Crédito (LIC) conceptualiza el servicio de banca y crédito, y señala cuáles son las instituciones que pueden ofrecer el servicio¹²⁴. Con base en esto, se señala que existen bancos múltiples y bancos de desarrollo; los primeros están constituidos como sociedades anónimas y los segundos como sociedades nacionales de crédito. Los bancos múltiples son intermediarios financieros indirectos, ya que captan recursos del público ahorrador a través de operaciones causantes de pasivos, y otorgan diferentes tipos de crédito. Con ello, se cumple con una de las funciones primordiales de cualquier intermediario financiero: canalizar los recursos financieros de los participantes que tengan excedente de dinero a aquellos participantes que los necesiten y tengan la posibilidad de pagar un interés por su uso. De este concepto se desprende que un banco idealmente transforma los recursos que capta en créditos.

El Sistema Bancario Mexicano¹²⁵ se encuentra integrado por el Banco de México, las instituciones de banca múltiple, las instituciones de banca de desarrollo y los fideicomisos públicos constituidos por el Gobierno Federal para el fomento económico.

La banca de desarrollo esta orientada a determinados sectores o promoción de ciertas actividades que son de interés nacional como el desarrollo industrial, el desarrollo del sector agropecuario, el del comercio exterior y el financiamiento a la infraestructura.

GRAFICA 1.- Organización del Sistema Financiero Mexicano.



FUENTE: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP).

MOMENTOS CRÍTICOS EN EL SISTEMA FINANCIERO MEXICANO: 1982, 1991, 1997, 2007.

México dio el primer paso hacia la adopción de un modelo neoliberal a partir de 1982, cuando el gobierno se incorpora al General Agreement on Tariffs and Trade (GATT por su acrónimo en inglés)¹²⁶ el periodo de Miguel de la Madrid. Dicha liberalización comercial, se consolidó con los programas de estabilización económica en el periodo de Carlos Salinas de Gortari, cuyos propósitos principales fueron el propiciar la estabilidad de precios, fomentar la competitividad de la industria nacional y un proceso de desregulación a través de la liberalización de programas y la eliminación de estímulos fiscales sectoriales, flexibilización de controles de precios y una actualización del marco regulatorio en materia de tecnología e inversión extranjera. No obstante, el marco de liberalización comercial y su propuesta de incrementar el acceso de México a los mercados del exterior, el gobierno se enfrentó al reto de lograr la recuperación económica, impedida en buena medida por la

¹²⁴ Las instituciones nacionales de crédito son sociedades con personalidad jurídica y patrimonio propio, que prestan el servicio de banca y crédito con apoyo de las prácticas y usos bancarios, pero que a su vez funcionan con directrices de las políticas económicas planeadas por el Ejecutivo Federal. Este tipo de sociedades participan en la intermediación financiera, orientada a captar ahorro y canalizarlo hacia aquellas actividades estratégicas y prioritarias que en su momento señala el Plan Nacional de Desarrollo y los programas de mediano plazo. DELAGADO M. Gloria (2009: 232); "México. Estructuras política, económica y social", Ed. Pearson, México.

¹²⁵ Es importante tomar en cuenta que la Ley de Instituciones de Crédito, señala que "el Estado ejerce la rectoría del Sistema Bancario Mexicano, a fin de que este oriente fundamentalmente sus actividades a apoyar y promover el desarrollo de las fuerzas productivas del país y el crecimiento de la economía nacional".

¹²⁶ Acuerdo multilateral que establece normas comerciales y acuerdos arancelarios entre varios países.

gran transferencia de recursos al exterior, como pago de servicio de deuda que tenía desde 1982 (Delgado, 2009: 170).

La reprivatización de la Banca fue en 1991 en donde se vendieron 18 bancos¹²⁷. Este año se caracteriza por el intento de generar reformas constantes que permitiera estabilizar el Sistema Financiero Mexicano. Se promulgaron nuevas leyes bancarias y de valores destacando la Ley de Instituciones de Crédito que sustituye a la Ley Reglamentaria del Servicio Público de Banca y Crédito, y la Ley para Regular las Agrupaciones Financieras; así mismo se fomentó la banca múltiple y se abrió el mercado bancario al capital extranjero. Dichas reformas fueron el antecedente de lo que podría ser la banca universal en México¹²⁸.

Desde 1992, se percibían dos preocupaciones: uno era los niveles tan elevados que tenía la inflación, que a pesar de sus intentos por estabilizarla a través de políticas monetarias de corte restrictivo, estaba muy lejos de alcanzar tasas similares a las de las economías del Norte. Un segundo motivo, se debía a que el peso mexicano se venía apreciando constantemente, con el consecuente efecto negativo sobre la balanza de pagos (Martínez, 2003: 89).

Después de la desincorporación de la banca en 1991 y 1992, y en un ambiente económicamente propicio, se dio un elevado crecimiento del crédito en México. Como consecuencia de la apertura en la cuenta de capital, de las bajas tasas de interés y, al parecer, de la necesidad de recuperar los elevados montos invertidos en la compra de las instituciones, los bancos se dieron a la tarea de prestar desmesuradamente y con bajo control de calidad en sus carteras crediticias, lo cual se reflejó principalmente en la expansión de la cartera crediticia al consumo y a los bienes raíces. Dicha expansión fue posible gracias a la gran cantidad de fondos prestables que fueron liberados al sector privado como consecuencia de la liberalización financiera y la mejora de las finanzas del sector público. Esto último, aunado a la baja inflación, las bajas tasas de interés real y la fijación del tipo de cambio, expandió no sólo la cartera crediticia, sino la intermediación financiera (Hernández, 2001: 365).

La disponibilidad del financiamiento bancario, rompió la restricción presupuestaria de los agentes; mientras que la apertura comercial aumentó la canasta de bienes disponibles para el consumo. En este contexto, las familias desempeñaron un papel importante en el auge del financiamiento del sector privado. Con el influjo del ambiente de optimismo respecto a la buena evolución de la economía, éstas contrataron montos crecientes de crédito, tanto para vivienda como para consumo (tarjetas de crédito y adquisición de bienes duraderos) (Clavijo y Bolvinik, 2000: 276-277).

En la demanda de fondos prestables, las buenas perspectivas que existían acerca de la economía mexicana crearon expectativas de aumento en el ingreso permanente y en los salarios reales de los diversos agentes económicos, dando como resultado una tasa de crecimiento del crédito al sector privado mucho mayor a la del PIB.

Pese a un comportamiento moderado de la economía, el último año del sexenio salinista se caracterizó por graves conflictos sociopolíticos, lo que permitió desequilibrios financieros, y fuertes salidas de capital que presionaron el valor de la divisa mexicana.

127

Multibanco Mercantil de México; Banpais; Banca Cremi; Banca Confía; Banco de Oriente; Bancrecer; Banamex; Bancomer; BCH; Serfin; Comermex; Somex; Banco del Atlántico; Banca Promex; Banoro; Banorte; Banco Internacional; Bancen.

128

Un sistema que permitiera que un mismo banco ofreciera todos los servicios existentes, desde banca comercial hasta banca de inversión. Permitted crear instituciones que podían tener ventajas estratégicas al integrar grupos más fuertes.

En diciembre de 1994, sobrevino una crisis económica, considerada la más severa en los últimos 70 años, causada por aumentos en el déficit de la cuenta corriente, la sobrevaluación del peso frente al dólar, aumento de la emisión de Tesobonos (instrumentos de deuda pública), insuficiencia del ahorro interno y un aumento de la cartera vencida de los bancos causada por un incremento en las tasas de interés de la banca comercial¹²⁹.

La debilidad del sistema bancario mexicano es otra de las causas que repetidamente aparece en la literatura, como explicación a los continuos ataques especulativos de los que fue víctima la divisa mexicana hacia 1994. La fragilidad de este sector provino de los altos niveles de apalancamiento en el sector empresarial y de la baja calidad de la cartera crediticia, los cuales fueron consecuencia de la acelerada expansión en el crédito y de burbujas en el precio de los activos, así como de fenómenos característicos de los años de expansión económica que se dieron durante el sexenio de Carlos Salinas (Martínez, 2003: 45)

La fragilidad del sistema bancario mexicano hacia finales de 1994 se explica en gran medida por la necesidad de estas corporaciones de tomar riesgos excesivos, ya que la competencia que se vino dando en este sector a partir de la privatización de las entidades bancarias¹³⁰, y de la liberalización de la cuenta de capital, disminuyó para estos negocios la posibilidad de obtener beneficios extraordinarios. Lo anterior estuvo aunado a la falta de transparencia en el manejo corporativo y de transacciones financieras, así como a la baja calidad en los sistemas de control de riesgos por parte de los bancos, incentivados en parte por las deficiencias en el marco jurídico y en las prácticas de regulación y supervisión.

Una causa fundamental del aumento de la vulnerabilidad del sector bancario en México fue el incremento del riesgo moral en dicho sector, ocasionado en gran medida por el esquema del Fondo Bancario de Protección al Ahorro (FOBAPROA). Este seguro que respalda la solvencia de los bancos creó la percepción de que el gobierno mexicano no permitiría que las instituciones bancarias se declararan en bancarota. La citada percepción incentivó a los banqueros, y en gran medida a los inversionistas, a tomar riesgos excesivos, dando como resultado una profunda expansión del crédito, acompañada de un fuerte incremento en el precio de los activos financieros. No obstante, este *boom* crediticio terminó al deteriorarse fuertemente la cartera de los bancos, con lo que los administradores de dichas instituciones vieron aumentar la pérdida del control de las mismas¹³¹.

Ante el inminente peligro de que la crisis de la economía mexicana se extendiera hacia el exterior el gobierno estadounidense conformó un paquete de rescate internacional por 51 mil 759 millones de

¹²⁹ La situación del sistema financiero mexicano se deterioró de manera drástica: la tasa de interés incrementó considerablemente, las cuales pasaron de 32 por ciento (TIIE) a 109.7 por ciento, junto con la contracción de la actividad, lo que afectó sensiblemente la capacidad de pago de los deudores en un contexto de elevadas carteras vencidas y contracción de la masa salarial. Clavijo Fernando y Bolvinik Jana (2000). *“La reforma financiera, el crédito y el ahorro”*; Ed. CEPAL, EAE, FCE; México, 2000.

¹³⁰ Como punto de partida de este proceso se puede tomar el mes de mayo de 1990, fecha en que se llevó a cabo el anuncio de la reforma constitucional que permitiría la desincorporación bancaria. Para agosto del mismo año, en la Sexta Reunión de la Banca, el entonces secretario de Hacienda, Pedro Aspe, anunció ocho principios fundamentales que habrían de regir esta fase.

La enajenación se realizó por medio de subastas de paquetes de instituciones, con lo cual el gobierno buscaba recolectar la mayor cantidad posible de recursos, al tiempo que permitía a los perdedores de una subasta participar en las subsecuentes. Se otorgaron 144 constancias de registro, correspondientes a 35 grupos interesados en las 18 instituciones bancarias. HERNÁNDEZ TRILLO Fausto (2006); *“La Banca en México, 1994-2000”*; CIDE. En [http://www.economiamexicana.cide.edu/num_anteriores/X-2/06_FAUSTO_HERNANDEZ_\(363-390\).pdf](http://www.economiamexicana.cide.edu/num_anteriores/X-2/06_FAUSTO_HERNANDEZ_(363-390).pdf)

¹³¹ Cabe señalar que el sistema legal desempeñó también un papel preponderante en la situación de la banca en México. Al contar con un frágil esquema regulatorio, las transacciones financieras se llevaron a cabo sin una completa transparencia. Los consorcios financieros realizaron negocios que no se encontraban completamente respaldados por las empresas, utilizando en diversas ocasiones la reputación para acceder a los mercados de crédito, no dejando que los criterios generales de mercado dictaminasen la solvencia de los prestamistas, ni que se evaluara correctamente el riesgo de una inversión. HERNÁNDEZ TRILLO Fausto (2006); *“La Banca en México, 1994-2000”*; CIDE. En [http://www.economiamexicana.cide.edu/num_anteriores/X-2/06_FAUSTO_HERNANDEZ_\(363-390\).pdf](http://www.economiamexicana.cide.edu/num_anteriores/X-2/06_FAUSTO_HERNANDEZ_(363-390).pdf)

dólares, con el propósito fundamental de que México negociara líneas de crédito que permitirán sustituir su deuda interna de corto plazo por deuda de largo plazo (Delgado, 2009: 176). Además de reforzar este acuerdo, México utilizó instrumentos de emergencia económica, como fue el haber mantenido un régimen cambiario de flotación libre; utilización de créditos para estabilizar el mercado cambiario; aumento en el IVA; apoyo a bancos para evitar suspensión de pagos de sus clientes; incremento en las tarifas de algunos servicios como luz, gas y combustible; reducción del gasto del gobierno; apoyo a industrias, medianas y pequeñas; incremento en el salario mínimo, entre otros; lo que permitió que se manifestaran algunos signos de recuperación a partir de 1997 con un crecimiento de la economía.

Mas tarde, para el 2007 ya se vislumbraba la entrada de la economía mundial y particularmente la de Estados Unidos a una recesión. Indicadores como la desaceleración del PIB, caída del consumo, menores niveles de inversión y pérdidas de empleos, indicaban que durante 2008 la economía mundial se enfrentaría a un entorno económico menos favorable que el del año previo¹³².

La crisis inmobiliaria en Estados Unidos, que después se generalizó al sistema financiero, no sólo afectaba a ese país sino que comenzó a impactar negativamente a las principales economías del mundo y a los países emergentes como México, por dos razones principales: primero, porque el auge inmobiliario del periodo 2000-2005 abarcó a varias economías en donde, en algunos casos, los precios de los bienes inmobiliarios se duplicaron o triplicaron; y segundo, porque, debido a la misma globalización financiera, los tenedores de los bonos hipotecarios y otros instrumentos asociados se ubicaban en diversos países, por lo que la recesión se globalizó no sólo por su cobertura geográfica sino también porque afectó a la estructura financiera internacional. De las hipotecas *subprime* la crisis pasó a los mercados de crédito al contraerse significativamente el otorgamiento de crédito por parte de la banca comercial, con las repercusiones que ello tuvo en la economía real.

A partir de 2008, se agravó y extendió la crisis financiera internacional a prácticamente todos los países y sistemas financieros del mundo. El deterioro, ocurrido sobre todo a partir de septiembre de 2008, ha tenido importantes efectos desfavorables sobre las economías emergentes, entre ellas la mexicana. La reducción en el ritmo de la actividad económica mundial y la disminución de los precios de las materias primas han dado lugar a una modificación severa de los términos de intercambio. Asimismo, la intensificación de la aversión al riesgo y la liquidación de activos por parte de inversionistas del exterior han tenido un efecto adverso sobre los tipos de cambio, las tasas de interés y los índices de las bolsas de valores de varias economías emergentes¹³³.

A partir del 2009, hasta la fecha, el sistema financiero internacional continúa estabilizándose y las tasas de interés en los mercados interbancarios están regresando a niveles similares a los

¹³² La crisis inmobiliaria que comenzó a manifestarse en Estados Unidos desde principio de 2007 llevó a una crisis financiera de alcance impredecible, resultado de una burbuja inmobiliaria alentada por una política monetaria flexible aplicada por la propia Reserva Federal estadounidense. Así, al concluir en 2005 el auge inmobiliario en Estados Unidos, la venta de casas nuevas y usadas empezó a disminuir y la cartera vencida de los créditos “*subprime*” creció aceleradamente, lo que comenzó a afectar al mercado financiero ya que las deudas hipotecarias habían sido bursatilizadas, es decir, transformadas en bonos hipotecarios cotizados en las bolsas de valores, por lo que los riesgos se diversificaron entre los intermediarios financieros con el aval de las agencias calificadoras que otorgaban altas calificaciones a dichos bonos. A partir de julio de 2007 el mercado bursátil de Wall Street comenzó a resentir los efectos de la crisis inmobiliaria. En <http://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/2009/cefp0012009.pdf>; “*Crisis Financiera de los Estados Unidos y su impacto en México*”; Centro de Estudios de las Finanzas Publicas.

¹³³ El comercio exterior de México está altamente concentrado hacia los Estados Unidos, en particular en cuanto a la exportación de productos manufacturados. Por esta razón, la caída de la actividad económica estadounidense ha tenido un efecto particularmente adverso sobre la economía de nuestro país. Con respecto al contagio financiero, el encarecimiento de la liquidez y del capital en los mercados internacionales y las políticas de astringencia crediticia de la banca en el mundo han afectado las condiciones de financiamiento para las empresas y para los hogares mexicanos. En <http://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-discursos/publicaciones/informes-periodicos/reporte-sf/%7BD7B8628A-E3A0-9D06-F90C-3A8AEA7DFACD%7D.pdf>

prevalecientes antes de la crisis¹³⁴. No obstante, subsiste la astringencia crediticia en los mercados financieros y las condiciones de liquidez no se han restablecido a los niveles observados antes de la crisis. La debilidad del sector laboral y su impacto sobre el gasto de los hogares continúa siendo un importante factor de riesgo. Las pérdidas sufridas por muchas instituciones financieras y los procesos de desapalancamiento darán lugar a que la recuperación de la economía mundial sea gradual. Además, la evolución del ahorro financiero de los hogares – la principal fuente de recursos financieros en la economía - ha estado influida, entre otros factores, por la desaceleración de la actividad económica. Este concepto presentó un menor crecimiento durante 2008, tanto en el ahorro voluntario como en el ahorro forzoso. Similarmente, el crédito que recibieron los hogares registró durante 2008 un menor crecimiento (B de M, 2009: 5).

Los esfuerzos desplegados durante los últimos diez años (a raíz de la crisis de 1995) para mejorar el marco legal, la regulación financiera y los procesos de supervisión han rendido frutos. No obstante, el panorama presenta desafíos importantes para el sistema financiero mexicano. La banca en su conjunto continuó generando utilidades durante 2008 y los primeros cuatro meses de 2009, si bien a un menor ritmo. Ello, a pesar de un ambiente internacional adverso y del fuerte incremento de los gastos para crear provisiones. No obstante, la creación de provisiones y la disminución del ritmo de crecimiento del crédito al sector privado explican en buena medida que las utilidades hayan resultado menores a las obtenidas en años anteriores.

La caída del crédito al consumo y un menor crecimiento de la cartera comercial e hipotecaria ejercen presión sobre el margen financiero, lo cual se llegó a manifestar a partir de 2008. El crédito al consumo (el más rentable), tiene la tendencia a perder importancia relativa en el financiamiento al sector privado, en favor del financiamiento a las empresas. Además, en el crédito a empresas se tiene idea de que se destinen mayor cantidad de recursos a las empresas más grandes, cuyas tasas de interés suelen ser menores. Después de la severa recesión de la economía mexicana¹³⁵ en 2009, la cual se compara con la observada en 1995, la contracción más importante, se dio en el crédito al consumo y en segundo lugar en el otorgado a las empresas. Por lo anterior, algunos analistas aseguran que la baja en el crédito –causal de una contracción en la economía- se debió más a condiciones de demanda que a una restricción en la oferta crediticia. Desde el punto de vista macroeconómico, los avances en la estabilidad de precios han evitado el deterioro del ingreso de las familias y el aumento significativo del costo del financiamiento¹³⁶

Una revisión al comportamiento del crédito, muestra que existe un rezago en su reactivación con respecto a la actividad económica. Desde el 2008, el crédito al consumo ha registrado tasa de crecimiento baja hasta el 2010. En la medida en que el crédito al consumo se recupere en forma sostenida, se podrá esperar una expansión significativa y prolongada del PIB, el empleo y los ingresos de las familias (Ver grafica 2).

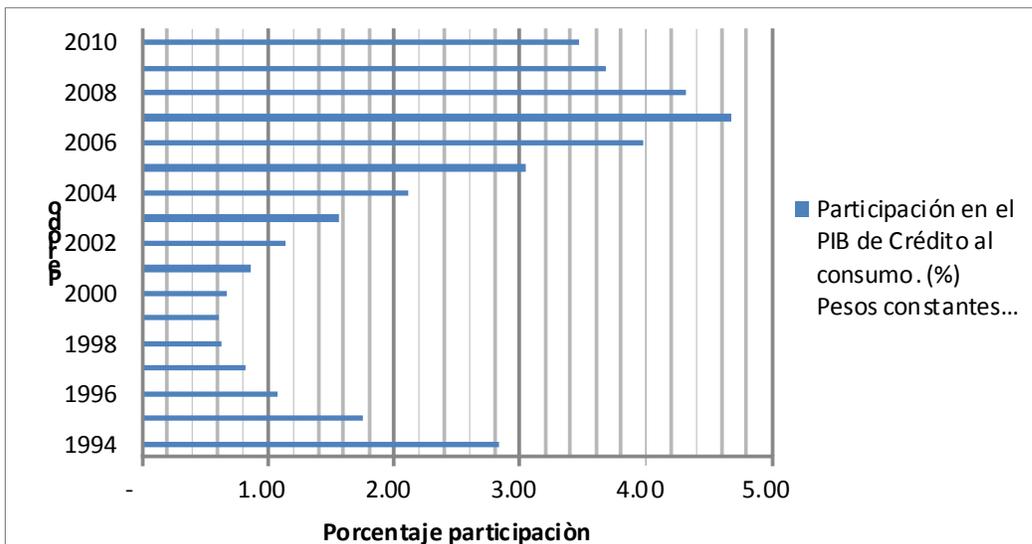
¹³⁴ Recientemente, surgen dudas en torno de hasta qué punto los bancos que operan en el país y que son de capital europeo se verían afectados y sobre la forma en que esto impactaría la actividad económica del país. Hasta ahora, las autoridades financieras mexicanas han expuesto de dicho impacto sería limitado, pues la normatividad nacional impide que se realicen préstamos relacionados (es decir, a empresas relacionadas con las matrices europeas) por más del 25 por ciento del capital de la institución; y los obliga además a cumplir con niveles mínimos de capitalización; esto significa que la banca en México tiene limitaciones para enviar recursos a sus matrices en Europa. Por otro lado, destacan que las filiales establecidas en México son rentables y están bien capitalizadas (al mes de julio de 2011 presentaban una rentabilidad sobre capital de 12.53 por ciento en promedio, y el índice de capitalización se ubicó en junio del presente año en 16.48 por ciento) y operan con bajos niveles de morosidad y cartera vencida (el índice de morosidad a julio se ubicó en un promedio de 2.71 por ciento). En <http://www.cefp.gob.mx/publicaciones/nota/2011/octubre/notacefp0622011.pdf>

¹³⁵ La crisis económica y la severa recesión económica de 1995 y 2009 respectivamente, se caracterizo por contracciones del PIB oscilante al 6 por ciento. Cifras en <http://inegi.org.mx/cgi-win/bdiecoy.exe/461?s=est&c=25497>

¹³⁶ En http://www.bbvaesearch.com/KETD/fbin/mult/1103_SituacionBancaMexico_03_tcm346-249213.pdf?ts=8112011

Actualmente, el gasto de consumo de los hogares ha ido incluso mejor a lo esperado, lo que se relaciona con la combinación de dos efectos positivos: mejora por un lado en el ingreso disponible y por otro, disponibilidad de oferta de financiamiento. En cuanto a la disponibilidad de oferta, cabe recordar que el indicador de oferta de crédito apunta a que la disponibilidad de este ha estado aumentando previo a los eventos de 2008-2009. En cuanto al primer aspecto, cabe decir que la creación de empleo según datos del IMSS ha rebasado el nivel previo a la crisis (en el orden de los 786 mil empleos)¹³⁷. Con todo, siguen vigentes las vulnerabilidades sobre el desempeño del gasto de los hogares ligadas al bajo nivel del ingreso disponible de una parte muy significativa de los ocupados que además no siempre tiene acceso fácil al crédito bancario para modular en el tiempo sus decisiones de gasto e inversión.

GRAFICA 2.- Porcentaje de participación del crédito al consumo en el PIB: 1994-2010.



FUENTE: Elaboración propia con datos de los sitios de internet: <http://www.inegi.org.mx>, Octubre 25 de 2011.

Sin embargo, son los niveles que ha alcanzado y mantenido la tasa de interés activa en nuestro país, el factor que explica de manera más amplia, la reducción del crédito. La tasa de interés para créditos al consumo alcanza, actualmente un nivel promedio del 39% (aunque en algunos casos de tarjetas de crédito y para compra de automóviles sobrepasa ese promedio).

Desde luego, ese nivel de tasa de interés no es consecuente con el comportamiento de las tasas de interés pasivas (las que pagan las instituciones financieras por depósitos bancarios o colocación de deuda). Tampoco ha sido consecuente con el desempeño económico del país.

Pero además, el nivel de las tasas activas corresponde a la variación de precios, nivel de riesgo y el crecimiento del PIB del país. Si se supone que la tasa de interés debe cubrir la pérdida del valor del dinero que se presta, entonces la tasa activa se encuentra a un nivel que excede con mucho ese fin.

¹³⁷ En <http://dgcnesyp.inegi.org.mx/cgi-win/bdiecoy.exe/461?s=est&c=25497>

MODELO DE RELACIÓN PIB-CRÉDITO AL CONSUMO.

Para dar cumplimiento a los planteamientos metodológicos de este trabajo, se ha formulado un modelo econométrico simple que permite relacionar el Producto Interno Bruto (PIB) (variable dependiente), *en función* del crédito al consumo (variable independiente) en el periodo de 1994 al 2010. Consideraremos entonces, una relación directamente proporcional, es decir, que mayores niveles de crédito al consumo impactan directamente sobre el Producto Interno Bruto y viceversa; ello se vera reflejado en los ingresos de las personas, específicamente sobre la demanda agregada. Esta regresión nos permitirá observar y en su caso confirmar que efectivamente el PIB depende del crédito al consumo y no como lo plantean algunos analistas al señalar que el crecimiento de la producción dependerá de la oferta crediticia.

El modelo - cuyo resumen estadístico se encuentra en la tabla 1- , muestra los siguientes resultados:

- En el periodo establecido el crédito al consumo permite que el PIB tenga un coeficiente de variación de 6.043889508 (Ver grafica 3)¹³⁸. Es decir, que por cada mil millones de pesos otorgados por crédito al consumo, el PIB tiene variaciones al alza por 6 mil millones de pesos.
- El grado de asociación del crédito al consumo con respecto al PIB, es de 0.786367681. Este dato nos muestra la fuerza o el grado de acercamiento lineal entre las dos variables (Gujarati, 1997). Este valor significa que cerca del 78 por ciento de la variación del PIB depende, o esta explicado por la variación en el crédito al consumo (entre más se acerque al valor de uno mayor será el grado de correlación).
- El porcentaje de error es de 0.00018141 (correspondiente a un margen de error del 0.018 por ciento).

TABLA 1.- Resumen estadístico de la regresión.

Coefficiente de correlación múltiple	0,786367681
Coefficiente de determinación R ²	0,61837413
R ² ajustado	0,592932405
Error típico	640362,7199
Observaciones	17

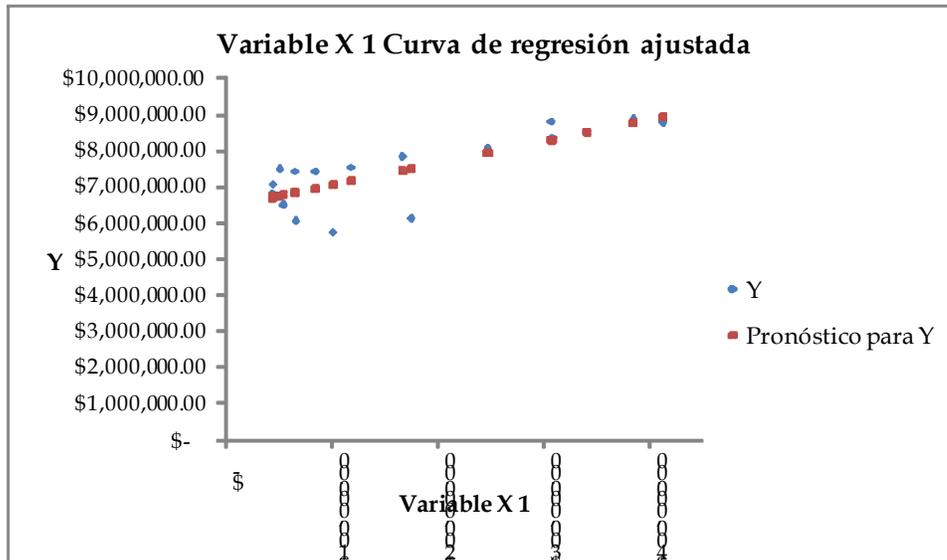
ANÁLISIS DE VARIANZA

	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Prom. de los cuadrados	F	Valor crítico de F
Regresión	1	9,96683E+12	9,96683E+12	24,3055114	0,000181407
Residuos	15	6,15097E+12	4,10064E+11		
Total	16	1,61178E+13			

	Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad	Inferior 95%	Superior 95%	Inferior 99.0%	Superior 99.0%
Intercepción	6469970,073	264089,0083	24,49920242	1,6383E-13	5907077,679	7032862,467	5691775,59	7248164,556
Variable X 1	6,043889508	1,225925657	4,930062008	0,00018141	3,430890835	8,656888182	2,43143858	9,656340437

Fuente: Elaboración propia con base en la información de los sitios de internet: <http://www.banxico.org.mx> y <http://www.inegi.org.mx>, diversas fechas de consulta.

GRAFICA 3.- Variable X1 curva de regresión, PIB f(crédito al consumo).



Fuente: Elaboración propia con base en la información de los sitios de internet: <http://www.banxico.org.mx> y <http://www.inegi.org.mx>, diversas fechas de consulta.

CONCLUSIONES.

El sistema financiero ha evolucionado durante los últimos treinta años:

- Aparición de financieras, hipotecarias y banca especializada. En medio de desequilibrios originados por malos manejos en la banca múltiple se da la nacionalización de la banca para 1982.
- Para los años noventa se sientan las bases legales que da origen a la aparición de grupos financieros y se da el proceso de reprivatización. El Sistema Financiero es participe de la crisis económica en 1995 y posteriormente de la aguda recesión en 2008-2009.
- Aparición de la extranjerización de la banca como alternativa a los errores financieros.
- Las reformas a las leyes, permitió ampliar la participación de los sectores privado y social en el capital de los bancos. Dichas modificaciones, permitieron que los bancos comerciales, la banca de desarrollo, casas de bolsa, compañías de seguros, entre otras instituciones, facilitan el acceso a nuevas alternativas de financiamiento público y privado.
- La economía mexicana no depende directamente de la evolución de su sistema financiero, sino de otros sistemas internacionales. Las pérdidas registradas en un gran número de bancos internacionales en 2008 y 2009 debilitaron su base de capital y comprometieron su solvencia.

El crédito al consumo es una variable financiera y económica muy usada por las personas. Los bancos en México llevan a cabo su función como fuente de recursos para empresas y hogares sin necesidad de recurrir para ello a financiamiento del mercado, que puede resultar con un mayor grado de volatilidad.

La conclusión más representativa es que los datos obtenidos a través del estudio teórico-descriptivo y el modelo econométrico demuestran que el PIB depende del crédito al consumo. El arrojado de resultados permitió comprobar la hipótesis del trabajo, ya que el coeficiente de 6.043889508, indica que por cada mil millones de pesos otorgados por crédito al consumo, el PIB incrementa en 6 mil millones de pesos.

El estudio demuestra que el grado de asociación o dependencia del PIB con respecto al crédito al consumo es del 78 por ciento. Por lo tanto, una de las alternativas detonantes del crecimiento económico es que el Sistema Financiero Mexicano genere las condiciones necesarias para que se incremente la oferta de crédito al consumo, que impacte de manera positiva sobre la producción nacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

Clavijo Fernando y Bolvinik Jana (2000). *“La reforma financiera, el crédito y el ahorro”*; Ed. CEPAL, EAE, FCE; México, 2000.

Consulta: Banco de Información Económica; Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática INEGI. En <http://dgcnesyp.inegi.org.mx/cgi-win/bdieintsi.exe/NIVR70009000300075007500900150#ARBOL>. Diversas fechas de consulta, Octubre 2011.

Consulta: Banco de México; En <http://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-discursos/publicaciones/informes-periodicos/reporte-sf/%7BD7B8628A-E3A0-9D06-F90C-3A8AEA7DFACD%7D.pdf>. Diversas fechas de consulta, Octubre 2011.

Consulta: Centro de Estudios de las Finanzas Públicas. *“Crisis Financiera de los Estados Unidos y su impacto en México”* En <http://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/2009/cefp0012009.pdf>. Octubre 25 de 2011.

Consulta: Comisión Nacional Bancaria y de Valores; En <http://www.cnbv.gob.mx/Bancos/Paginas/PadrondeEntidadesSupervisadas.aspx>

Consulta: Servicio de Estudios Económicos del Grupo BBVA (2011). En http://www.bbvaresearch.com/KETD/fbin/mult/1103_SituacionBancaMexico_03_tcm346-249213.pdf?ts=8112011. Octubre 25 de 2011.

Delgado M. Gloria (2009); *“México. Estructuras política, económica y social”*, Ed. Pearson, México.

Gujarati M. Damodar (1997); *“Econometría”*; Ed. Mc Graw Hill; Bogotá, Colombia.

Hernández Trujillo Fausto (2006); *“La Banca en México, 1994-2000”*; CIDE; México.

Hull John (2009); *Introducción a los Mercados de Futuros*; Ed. Pearson; México.

Lewis Michael (2010); *“The Blind Side”*; The Big Short; Ed. Norton and Company; N.Y.

Murphy John (2003); *“Análisis Técnico de los Mercados Financieros”*; Ed. Gestión 2000; Barcelona, España.

Ortiz Guillermo (1994); *“Los Servicios Financieros ante el TLC”*; El Mercado de Valores, Num. 22; en Nacional Financiera.

PARQUIN y ESQUIVEL (2007); *“Macroeconomía, Versión para Latinoamérica”*; Edit. PEARSON; México.

TORRES LOPEZ Juan (2002); *“Economía Política”*, Edit. Pirámide; Madrid, España.

Villegas Hernández y Ortega Ochoa (2009); *“Sistema Financiero Mexicano”*, Ed. MC GRAW HILL; México.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO EN LAS PYMES

Chagolla Farías Mauricio Aurelio, gladiador_zeus@hotmail.com,
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
González Santoyo Federico, fsantoyo@umich.mx,
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Hernández Rodríguez Jaqueline, jacques157@hotmail.com,
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen

El mundo en el que vivimos ha cambiado, durante las últimas décadas se han producido una serie de profundas transformaciones y nos hemos visto inmersos en un mundo cada vez más global, en constante reforma e innovación, donde la función financiera de las empresas, requiere más que nunca, una visión clara, profunda y rigurosa de todos los conceptos, técnicas y relaciones que comprenden el sistema de inversión y financiación de las empresas.

El presente trabajo pretende mostrar la utilización que en mayor o menor grado hacen las empresas del financiamiento externo y su combinación, como una herramienta necesaria para su sano crecimiento y desarrollo; así mismo, la aplicación que de este se hace.

Palabras clave:

Financiación, Financiamiento, Pequeña y Mediana Empresa (PyME).

Introducción

Vivimos en un mundo estrictamente comercial en donde casi el 100% de las actividades involucran dinero o intercambios comerciales; las empresas nos rodean y sus crecimientos son mayores cada día. Por tanto, los entes deben aprovechar al máximo sus recursos financieros si es que desean tener la oportunidad de desarrollarse y sobrevivir en el mercado.

Antecedentes

El Financiamiento es una de las principales demandas del sector empresarial, sobre todo de las empresas de menor tamaño, ya que al ser considerados negocios de mayor riesgo no son sujetos de crédito por parte de las instituciones financieras formales.

Lo anterior, obliga a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) a buscar fuentes alternas de financiamiento, como son proveedores, familiares, o prestamistas no institucionales. Estas fuentes de financiamiento resultan muy caras, lo que les resta competitividad y frena su crecimiento.

Atendiendo a lo anterior, la Secretaría de Economía a través de la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa, y del Fideicomiso México Emprende, ha diseñado y puesto en marcha programas que facilitan el acceso al financiamiento a emprendedores y MIPYMES.

Asimismo, y de acuerdo a información de la Secretaría de Economía, publicada en su página: www.economia.gob.mx, esta ha trabajado para que exista una mayor oferta de crédito, y para que éste sea otorgado en mejores condiciones:

- Mayores plazos, de 2007 al 2010 el promedio ha pasado de 17 a 32 meses.
- Menores tasas de interés, éstas han disminuido de 27.9 por ciento a 19.7 por ciento, en el mismo periodo.

Pero por desgracia y con información de la propia Secretaría de Economía, *PYMES, Nuestras Empresas* (2010), son pocas las empresas a las que se apoya en estos programas; en 2009 fueron ochenta y cuatro mil empresas de los más de tres millones existentes, es decir, poco menos del 3%.

La Secretaria de Economía en su revista "PYMES, Nuestras Empresas" (2010), da a conocer que en México, las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) constituyen el segmento más importante para conseguir el desarrollo del país; representando el 99.8 % del total de las empresas; mismas que crean 7 de cada 10 empleos, y generan más de la mitad de la riqueza (52 % del Producto Interno Bruto).

Existen diversas formas de conseguir los recursos que necesita la empresa, ya sea para sus operaciones normales o para sus proyectos de crecimiento:

Una entidad debe recurrir a fuentes de financiamiento externas, cuando la propia operación no alcance a generar los recursos excedentes suficientes para el logro de los proyectos de crecimiento o, para realizar la operación de la empresa. Marmolejo González, (2002)

Es preciso comentar que tener acreedores bancarios no los convierte en dueños del negocio, si no tan solo son personas con las que se ha contraído un compromiso que consiste en devolverles el dinero prestado y pagarles el costo de financiamiento de estos recursos.

La importancia de la pequeña y mediana empresa se puede medir en función del gran número de ramas que dan sustento. Desafortunadamente, debido al entorno económico del país, los problemas financieros no son ajenos a este tipo de entes, y ya sea para subsistir o para crecer, recurren al llamado “financiamiento”, que no es otra cosa, que la actividad que se realiza con la finalidad de obtener recursos.

Derivado de la necesidad de financiamiento, se debe buscar la forma de obtener y asegurar el financiamiento adecuado; lo cual puede convertirse en algo muy difícil. Para lograrlo, es necesario clarificar la idea que tengamos de financiamiento y fundamentarla en un plan integral de financiamiento, esto también nos ayudará a no cometer errores comunes como: obtener un tipo de financiamiento equivocado, calcular mal la cantidad necesaria, o subestimar el costo del mismo.

¿Cómo debe financiarse una empresa?

La literatura académica señala que el tamaño, la antigüedad y la actividad son los principales determinantes para el tipo de financiamiento al que pueden tener acceso las empresas. Una empresa pequeña de reciente creación será financiada con recursos propios y, de manera eventual, podría tener acceso a recursos mediante los proveedores y créditos bancarios. En algunos casos, este tipo de empresas serán susceptibles de recibir recursos en la forma de capital provenientes de los inversionistas. Conforme la empresa se desarrolla, va creando su reputación en el mercado y formando antecedentes de crédito, en esa medida podrá obtener formas más complejas de financiamiento. Estos esquemas van desde créditos bancarios estructurados a la medida y a plazos más largos, hasta emisiones privadas o públicas de instrumentos de deuda y capital.

El crédito PyME

Por su parte, históricamente el crédito bancario ha sido caro y limitado porque representa un mayor riesgo para las instituciones e involucra mayores costos de transacción. Entre otras razones, bajo los esquemas tradicionales no habrá antecedentes de crédito, colaterales adecuados o historia suficiente, para determinar el posible desempeño de la empresa deudora, además de que la información disponible es generalmente de mala calidad.

Hoy en día se evalúa al empresario más que a la empresa y el análisis es de manera paramétrica usando herramientas como el buró de crédito, así como los *score cards* (*tarjetas de calificación de ciertas características socioeconómicas que tienen relación con el comportamiento del cliente del crédito, con las cuales se determina, de manera estadística la probabilidad de incumplimiento de los clientes*), lo que ha acelerado los procesos de aprobación y disposición de los créditos. También se han mejorado los procesos de recopilación de información, de monitoreo del crédito otorgado y su cobranza, y se ha innovado en productos de crédito estandarizados que ayudan a disminuir costos de operación y el riesgo de crédito en las instituciones financieras.

A pesar de las múltiples iniciativas de gobierno y los avances para aumentar la oferta de recursos a mejores tasas, la percepción general es que no ha sido suficiente. Por una parte, Banco de México publica trimestralmente la encuesta de evaluación coyuntural del mercado de crédito y a la pregunta acerca de las fuentes de financiamiento que utilizan 71% de las pequeñas y 58% de las medianas empresas, afirma depender de sus proveedores; mientras que, sólo 16.6% de las pequeñas y 19.4% de las medianas, recurren a alguna institución financiera; por otro lado 12% de las pequeñas y 22.3% de las medianas empresas, utilizan otras fuentes de financiamiento no especificado. (enero-marzo 2008).

Resulta interesante observar que de acuerdo al Banco de México (enero-Marzo 2008), y contrario a lo esperado, el porcentaje de empresas pequeñas que usan algún tipo de financiamiento bancario ha disminuido, oscilando alrededor de 20%, mientras que el porcentaje de empresas que dependen del financiamiento de los proveedores ha ido en aumento.

Este tipo de resultados muestra que a pesar de los esfuerzos del gobierno y de las instituciones financieras, por hacer más competitivo el mercado de crédito con más participantes y productos adecuados, éste sigue siendo una alternativa marginal y poco atractiva para las PyMES.

A pesar de que el margen de intermediación de los bancos disminuyó entre siete y ocho puntos desde el año 2000, las PyMES siguen pagando más de dos veces el costo que sufragan las empresas grandes; y de tres a cuatro veces más, lo que cuesta un crédito en EE.UU., o Europa. Según datos de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) los bancos cobran un promedio de la Tasa de Interés Interbancaria de Equilibrio (TIIE) más 9%, o tasas fijas de entre 15.5 y 42%.

En la encuesta de Banco de México (enero-marzo 2008), la respuesta más común de los empresarios al cuestionamiento de ¿por qué no utilizó crédito bancario?, es debido a las altas tasas de interés, seguidas de la incertidumbre económica y el rechazo de solicitudes.

La realidad es que son pocas las empresas pequeñas o medianas que cuentan con la suficiente estabilidad en sus flujos y en su capital de trabajo, los cuales permitan realizar los pagos periódicos que requieren un crédito a tasas de interés elevadas como las que se cobran actualmente.

Justificación

En México, y de acuerdo con la Secretaría de Economía, según su publicación “PYMES Nuestras Empresas” (2010), y de acuerdo con datos de los censos económicos 2004 del INEGI, las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) constituyen el segmento más importante para conseguir el desarrollo del país; representando el 99.8% del total de las empresas; y contribuyen con el 72% de los empleos formales, además generan más de la mitad de la riqueza (52 % del Producto Interno Bruto). En el año 2003 existían 3, 005,157 empresas, INEGI (2004)

Tabla1.1 Composición del sector empresarial en México

Tamaño	No. de establecimientos	% de participación
Micro	2,722,365	95.7
Pequeña	88,149	3.1
Mediana	25,320	0.9
Grande	8,474	0.3
Total	2,844,308	100.0

Fuente: INEGI, censo 1999

Desarrollo de la Investigación

Se realizó un estudio sobre la utilización del financiamiento en las PYMES del estado de Michoacán, y particularmente de la región de Morelia, para determinar la importancia del financiamiento a corto plazo en la estructura financiera de las PYMES Michoacanas, y fortalecer la propuesta metodológica para la determinación del Costo de Capital Promedio Ponderado.

Universo de estudio

Se decidió estudiar las PYMES de la región de Morelia, Michoacán, y particularmente las empresas encuestadas para esta investigación están ubicadas en la capital del estado de Michoacán, y son 50, de las cuales solo 40 proporcionaron información.

Cabe mencionar que se considero como universo al total de empresas clasificadas como PyMES, dentro del padrón de Directorio Empresarial Michoacán 2007 (COECCYT), para lo cual se consultaron las siguientes bases de datos:

- Instituto Nacional de Geografía Estadística e Informática. Censo 2004.
- Cámara Nacional de la Industria de la Transformación.
- Directorio Empresarial Michoacán 2007 (COECCYT).

Determinación del tamaño adecuado de la muestra

El tamaño de la muestra se realizo en función de la estimación de una Proporción Poblacional

$$n = pq \left(\frac{Z1 - \frac{\alpha}{2}}{E} \right)^2$$

Donde:

n= tamaño de la muestra

p= es la proporción que posee la característica.

q= 1-p = es la proporción que no posee la característica.

Z= es el valor estándar del nivel de confianza deseado.

E= es el error máximo permisible.

Para nuestro ejemplo:

p= 80%

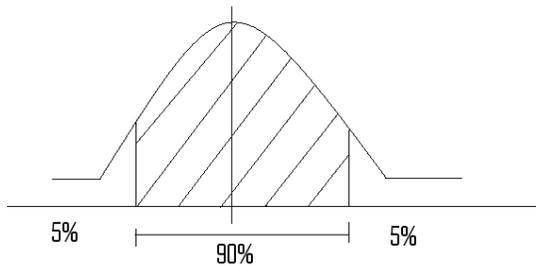
q= 1-80%= 20%

E= 10%

Z= 1.65

Nivel de confianza 90%

Z= 1.65



Sustituyendo valores:

$$n = (.80)(.20) \left(\frac{1.65}{.10} \right)^2 = (.16)(272.25) = 43.56 \approx$$

44 empresas deberán encuestarse

Descripción del instrumento de medición

Con la finalidad de llevar a cabo la medición de las variables independientes que afectan la determinación objetiva del Costo de Capital de la empresa michoacana, se hace necesario definir los fundamentos metodológicos a aplicar para medirlas, para lo cual se requiere:

Diseño del cuestionario. Se elaboro un cuestionario inicial.

La aplicación del mismo se hizo a través de un método que garantiza una mayor tasa de repuesta, siendo este la entrevista personal, ya que por teléfono y debido a la extensión del mismo, difícilmente nos atenderán (10 minutos aproximadamente) y por correo electrónico no responden, o muchas no cuentan con servicio de internet.

La elaboración del cuestionario se hizo a través de los siguientes pasos:

1. Planteamiento del cuestionario base (pre-test) y aplicación del mismo.
2. Modificación del pre-test para mejorar la calidad del cuestionario.

A partir de lo anterior se elaboro la versión definitiva del cuestionario, la cual se incluye al final del trabajo, el cual consta de 8 preguntas, distribuidas en los siguientes bloques:

- a) Datos generales
- b) Análisis del financiamiento

La persona idónea para contestar es el contador de la empresa, por el tipo de cuestionamientos que están involucrados en el mismo.

Para la investigación presente, se utilizó la escala de medición nominal.

Recolección de datos

Recolección de datos: Para la obtención de las entrevistas, se hizo a través de una visita personal, entregando una carta de presentación, en donde se informaba de las características académicas y confiabilidad de los datos de estudio.

La duración de las entrevistas oscilo entre 10 y 15 minutos. En las empresas de mayor tamaño, la obtención de información fue más complicado, en ocasiones hubo que regresar para recoger el cuestionario.

El volumen de datos se obtuvo al aplicar el cuestionario a las empresas clasificadas como PyMES, ubicadas en la región Morelia Michoacán.

Tabla A Universo de referencia para la investigación de campo.

Universo de referencia	
Contactos realizados	50
Contactos con éxito	40
Contactos no conseguidos	0
Negativas	10
Incumplimiento de requisitos	0
Ilocalizables, cerradas o sin actividad	0

Fuente: elaboración propia

Para el caso se tomo una n = 50 empresas distribuidas como se muestra

Resultados de la investigación de campo

Un estudio sobre el uso del financiamiento podrá darnos elementos para justificar el cambio de modelo en la determinación del Costo de Capital en las PYMES.

La encuesta se realizó, en la ciudad de Morelia, Mich., a 40 empresas pequeñas y medianas, estos son los resultados:

Ya que la muestra es limitada, el objetivo principal no es compararla con el total de las empresas en Morelia, sino obtener un dato representativo que nos permitiera obtener una idea del entorno local en cuanto a opciones de financiamiento se trata, y la importancia de este en el desarrollo de las PYMES Michoacanas.

Como ya se mencionó, se escogió pues, una pequeña muestra, de donde se recabaron las opiniones y puntos de vista de 40 empresas pequeñas y medianas de los ramos industrial, comercial y de servicios.

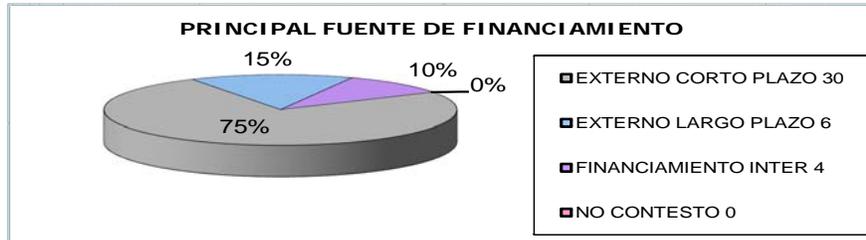
Primero, es necesario realizar una serie de preguntas, que nos muestren de una manera general, si este tipo de empresas son usuarias de financiamiento externo, si es así, cuáles son las principales fuentes que utilizan: a corto plazo o a largo plazo, y de estas cuáles son las más comunes, así como el destino del mismo.

Pregunta 2

Indique la principal fuente de financiamiento de su empresa

- a) Financiamiento externo a corto plazo
- b) Financiamiento externo largo plazo
- c) Financiamiento interno
- d) No contesto

Grafica 2 principal fuente de financiamiento



Fuente: Elaboración propia

Sin lugar a dudas, el financiamiento más utilizado por las empresas encuestadas, es el externo a corto plazo, representado principalmente por créditos bancarios y proveedores, por una razón, en términos generales este último no genera interés.

Pregunta 3

Considerando únicamente el financiamiento externo a corto plazo, ¿cuál es la más importante fuente de financiamiento?

- a) Proveedores
- b) Créditos bancarios o similares
- c) Ambos
- d) No contesto

Grafica 3 Financiamiento externo más importante a corto plazo



Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, el financiamiento bancario ha venido a la baja, puesto que los intereses que cobra este tipo de instituciones son altos, y como consecuencia de lo anterior, el riesgo financiero también lo es.

El riesgo financiero para Gitman (2007), representa el riesgo de que la empresa no sea capaz de cumplir con las obligaciones financieras requeridas (intereses, pagos de arrendamiento, dividendos de acciones preferentes).

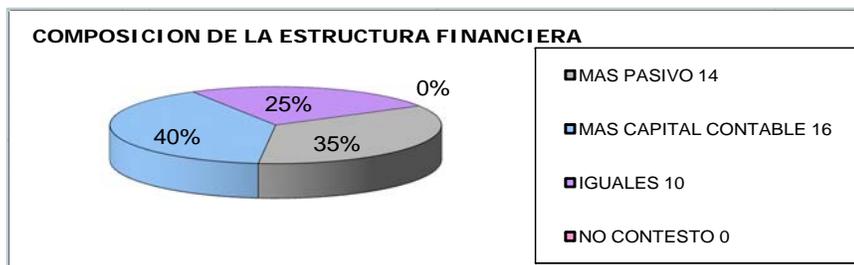
En diciembre de 2007, el Banco de México dio a conocer que los proveedores fueron la principal fuente de financiamiento en el país. Con esta muestra, se puede observar que la misma situación sucede ahora en Michoacán, ya que la mayoría de las empresas deciden utilizar a los proveedores y no los préstamos bancarios, esto por las altas tasas de interés que cobran los bancos.

Pregunta 4

Dentro de la estructura financiera de su empresa, tiene:

- a) Más pasivo
- b) Más capital contable
- c) Igual
- d) No contesto

Grafica 4 composición de la estructura financiera



Fuente: Elaboración propia

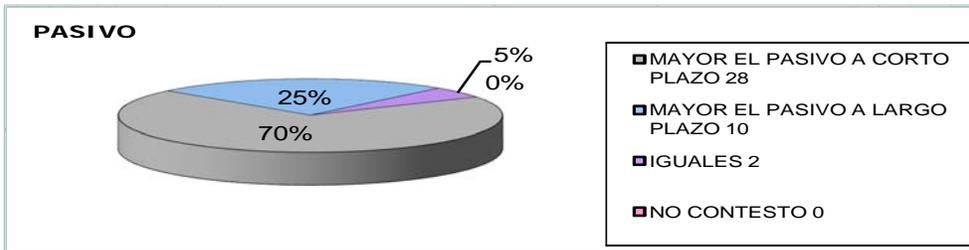
En el 60% de las empresas encuestadas, es igual o mayor el pasivo que el capital contable, lo que refleja que estas empresas pueden llegar a tener crisis de insolvencia por el alto riesgo financiero por el que atraviesan.

Pregunta 5

Considerando el pasivo de su empresa:

- a) Es mayor el pasivo a corto plazo
- b) Es mayor el pasivo a largo plazo
- c) Son iguales
- d) No contesto

Graficas 5 pasivo



Fuente: Elaboración propia

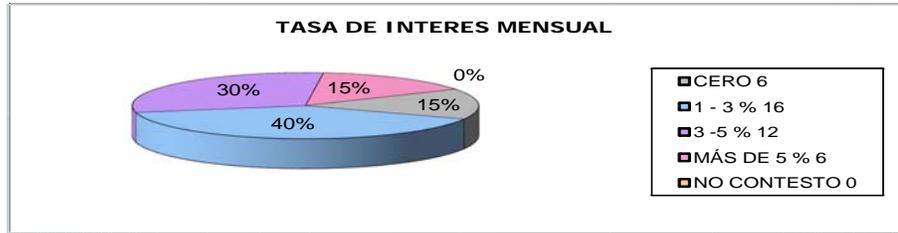
El resultado en esta pregunta en particular nos da a conocer la importancia que tiene el pasivo a corto plazo como fuente de financiamiento de las PYMES en Michoacán, pues el 70% utiliza en mayor proporción el pasivo a corto plazo que el pasivo a largo plazo, lo que afecta necesariamente su liquidez.

Pregunta 6

La tasa mensual de financiamiento que paga la empresa es:

- a) 0%
- b) 1-3%
- c) 3-5%
- d) más del 5%
- e) no contesto

Grafica 6 tasa de interés mensual



Fuente:

Elaboración propia

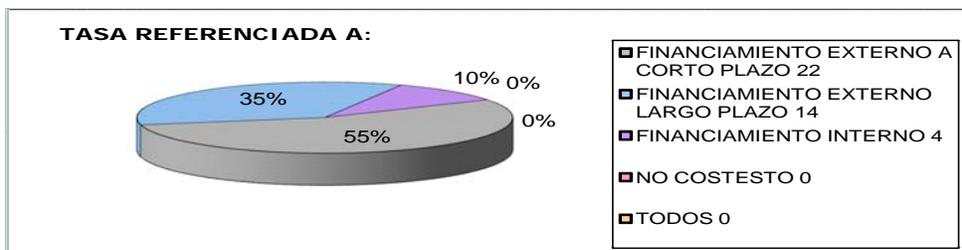
La gráfica nos muestra que el interés promedio se encuentra en un rango de 1 a 3 %, (40%), sin embargo, el financiamiento que se obtiene mediante las tarjetas de crédito, por ejemplo, es el más caro del mercado, aunque este no es usado como la fuente principal de las empresas para solventar dificultades económicas, sino como un auxiliar o emergente.

Pregunta 7

La tasa anterior corresponde a:

- a) Financiamiento externo a corto plazo
- b) Financiamiento externo largo plazo
- c) Financiamiento Interno
- d) No contesto

Grafica 7 tasa referenciada



Fuente:

Elaboración propia

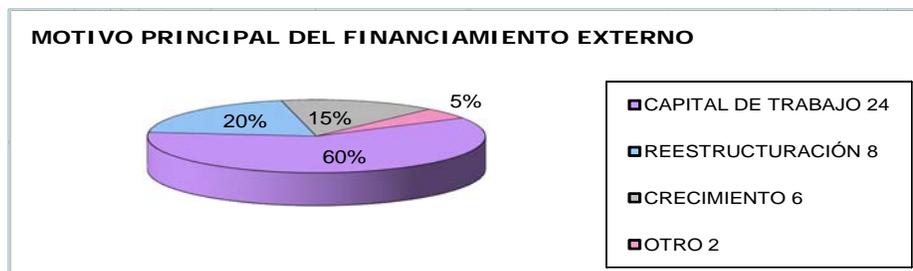
Como se observa en la gráfica el 90% de las empresas encuestadas relacionan las tasas de interés con sus pasivos, y más de la mitad lo refiere con financiamiento a corto plazo, y solamente un 10% lo hace con los dividendos que se entregan a los propietarios, es decir, con el capital contable de la empresa.

Pregunta 8

El motivo principal por el que ha solicitado financiamiento ha sido:

- a) Capital de trabajo
- b) Reestructuración de deudas
- c) Crecimiento de la empresa
- d) Otro (especifique)

Gráfica 8 motivo principal del financiamiento externo



Fuente: Elaboración propia

Los principales motivos del uso del financiamiento externo en las empresas, van muy relacionadas con el tiempo que lleva en el mercado. Si es una empresa de reciente creación, busca obtener capital para convertir sus proyectos en realidades. Otra razón muy común, es la idea de crecimiento del negocio, que permite buscar una mejor manera de maximizar las ganancias mediante el apalancamiento. Sin embargo, para las empresas que se encuentran con problemas de liquidez, la principal causa es obtener recursos para pagar a proveedores, pagar impuestos, pagar servicios, pagar la nómina, etc.

Conclusiones

Estos datos son un claro ejemplo de la importancia que tiene hoy en día el financiamiento a corto plazo, y nos da una idea, de las dificultades que la mayoría de las empresas tienen para obtener financiamiento a corto plazo diferente al de proveedores.

Así pues, las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en Michoacán, empresas que deben financiar sus inventarios (el cual de acuerdo a la práctica, puede representar hasta el 40% de los activos totales), con pasivos a corto plazo.

Referencias Bibliográficas

- BONALES V. Joel, Sánchez S. Mario. (2003). *Competitividad Internacional de las Empresas Exportadoras de Aguacate*. ININNE. México.
- BREALEY, Richard A., Myers Stewart C. (2005), *Fundamentos de Financiación Empresarial*. México, D.F. Editorial McGraw-Hill.
- CASANUEVA, Cristóbal. (2001). *Prácticas de la Gestión Empresarial*. Editorial Ecasa. México, D.F.
- Directorio Empresarial Michoacán 2007 (COECYT).
- GITMAN, Lawrence. (2007). *Principios de Administración Financiera*, 11ª ed.
- HERRERA, Carlos. (1998), *Fuentes de Financiamiento*. Editorial SICCO. México, D.F.
- Instituto Nacional de Geografía Estadística e Informática. Censo 2004.
- MANSELL, Carterns, Catherine. (2002), *Las Nuevas Finanzas en México*. México, D.F. ITAM.
- MARMOLEJO, Martin. (2002), *Inversiones*. IMEF, Segunda Edición. México, D.F. Editorial Harla.
- *Programa Nacional del Financiamiento del Desarrollo*. (2001), Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Diario Oficial. 17 de diciembre. México.
- *Reglas de Operación del Programa para la Mico y Pequeña Empresa*. (2004), Nacional Financiera.
- GITMAN, Lawrence. (2007). *Principios de Administración Financiera*, 11ª ed.

LA DECISIÓN DE INVERTIR EN LA MICROEMPRESA MICHOACANA”

Gerardo G. Alfaro Calderón ggalfaroc@gmail.com

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Víctor G. Alfaro García valfaro06@gmail.com Universidad de Barcelona

Resumen

En este trabajo se muestra una aplicación de la metodología en la conformación de nuevas empresas bajo condiciones en que la información usada es determinística o considerada perfecta, en los niveles de estudio de mercado, comercialización, precios, localización de la empresa, determinación del tamaño, ingeniería del proyecto, inversiones presupuesto y financiamiento, y evaluación financiera, presentándose además una evaluación cuando los flujos no pueden ser estimados con certeza, lo que motiva la formulación de modelos que utilizan técnicas basadas en desarrollos de los Subconjuntos borrosos, se realiza la evaluación financiera haciendo uso de criterios como el VAN y la TIR.

Palabras clave: evaluación financiera clásica, conjuntos borrosos, TIR, VAN.

ABSTRACT

This paper shows an application of the methodology in the formation of new companies under conditions in which the information used is considered deterministic or perfect, in levels of market research, marketing, pricing, location of the company, sizing, project engineering, budget and finance investments, and financial evaluation, besides presenting an assessment when flows can not be estimated with certainty, that motivates the formulation of models using techniques based on developments of the fuzzy subsets, the financial evaluation is conducted using criteria such as VAN and the TIR.

I. INTRODUCCIÓN

La evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que este sea tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura rentable. Sólo así es posible asignar los escasos recursos económicos a la mejor alternativa

El objetivo del presente proyecto es demostrar que la cría de avestruces en México dentro de la ganadería especializada, requiere de una pequeña inversión y de tecnología mínima adecuada que genera grandes rendimientos.

De todas las especies de aves de granja criadas por el hombre, el avestruz es la más nueva, antes de los 90 no se encontraba suficiente información sobre su crianza, existiendo solo algunos trabajos aislados de origen sudafricano que orientaban sobre su producción. Hoy aunque la situación ha cambiado y ya se encuentra bastante documentación científica y de divulgación sobre el avestruz, en algunos países se desconoce en gran parte al respecto.

Según García (2000), el primer reporte de la presencia del avestruz en México, con fines comerciales, se registra en febrero de 1989 en el rancho "Las Margaritas" ubicado Río Bravo Tamaulipas, que inició actividades con 77 aves reproductoras, importadas de Sudáfrica. Durante 1992 llegaron más aves procedentes tanto de Sudáfrica como de los estados de California, Arizona y Texas (EU) a los estados de Coahuila Tamaulipas y Sonora.

En el estado de Michoacán hay presencia de 44 ranchos en 20 municipios integrados en una Asociación (AMCCA), Esta asociación esta dedicada a la venta de avestruces seleccionadas para el pie de cría para impulsar la crianza, desarrollo y comercialización de las aves y sus productos. Además ofrece asistencia, apoyo, entrenamiento y capacitación a clientes y afiliados, cuenta con servicio de incubación, crianza y rastro frigorífico

II. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

Independientemente de la subespecie de avestruz de que se trate, en el mercado se identifican tres tipos: el cuello rojo(el de mayor tamaño pero agresivo), el cuello azul (es menos precoz) y el negro africano (híbrido comercial), esta última es la más utilizada comercialmente por ser la más precoz en la reproducción (dos años) es la de menor tamaño pero la más dócil y su piel y pluma son de mayor calidad que los otros tipos.

Del avestruz se puede aprovechar prácticamente todo: aunque los principales productos son la carne , la piel, la pluma y el cascarón, además existen otros productos que se obtienen del avestruz como son las pestañas, las cuales se usan para fabricar brochas finas, el pico y las uñas que se usan en elaboración de productos afrodisíacos y joyería. Existen investigaciones que planean hacer uso de los ojos de avestruz para aprovechados en trasplantes de cornea en humanos. También se está estudiando la posibilidad de aplicación de los tendones del avestruz en los tendones humanos, por tener características similares en cuanto a fuerza, consistencia y longitud. Asimismo, se ha observado que

el cerebro del avestruz produce una enzima que actualmente es utilizada para tratar la enfermedad de Alzheimer.

III USOS

Los dos productos más importantes del avestruz son la carne y la piel, el primero destinado al consumo final y el segundo utilizado como materia prima para la confección de prendas de vestir, chaquetones, bolsos, zapatos etc.

- Carne

La carne del avestruz tiene la misma textura, sabor y color que la carne de res, su textura es blanda como la ternera; pero es baja en colesterol, grasa y calorías. También se puede observar que la carne del avestruz y la de res tienen el mismo contenido de proteína, pero la primera tiene la mitad de calorías, 25% menos de colesterol y solamente un octavo de la cantidad de grasa ver tabla 1. Los animales sacrificados de los 12 a 14 meses de edad, que es cuando alcanzan un peso de 90 a 110 Kg. El rendimiento de carne es canal es de 53% del peso vivo del animal, lo que da un promedio de 53 Kg de carne en canal. La producción de carne sin hueso representa el 37% de peso vivo, lo que equivale en promedio a 37 Kg.

TABLA No. 1 COMPARACIÓN DEL VALOR NUTRITIVO DE LA CARNE DE AVESTRUZ CON LA DE OTROS ANIMALES DOMÉSTICOS

ANIMAL	CALORÍAS TOTAL	PROTEÍNA Grs.	GRASA Grs.	GRASA SATURADA Grs.	MONO SATURADA Grs.	POLIINSATURADA Grs.	COLESTEROL Mg	CALCIO Mg
Avestruz	97	22	2	-	-	-	58	5
Pollo	140	27	3	0.9	1.1	0.7	73	13
Pavo	135	25	3	0.9	0.5	0.7	59	16
Res	230	21	16	6.2	6.9	0.6	74	9
Borrego	205	22	13	5.6	4.9	0.8	78	8
Puerco	275	24	19	7	8.8	2.2	84	3

NOTA: valores en base a una porción de carne de 85 g

FUENTE: Nutritive Value of Foods. U.S.D.A Bulletin No. 72

- Piel

La piel del avestruz es el producto más cotizado y reconocido debido a su suavidad, resistencia y elegancia. Con cuidados mínimos puede durar décadas.

- Plumas

Las plumas son muy apreciadas por su belleza y tienen como característica que poseen una carga estática natural, aunado a un recubrimiento aceitoso.

- Huevos

La mayoría de las hembras empiezan a poner huevos entre los 2-3 años de edad y su vida reproductiva es de 40 años.

- Aceite

Una avestruz produce 6 litros de aceite, el cual es utilizado como base para la preparación de los productos de la industria cosmética.

- Aves en pie

En la actualidad el precio de mercado de un ave viva de año de edad es de \$ 50.00 pesos por kilo.

- Pollos para engorda

A la edad de dos meses, los pollos pueden ser comercializados para la engorda, que en la actualidad adquieren un valor de \$ 2,000 en promedio, estos pollos generalmente son adquiridos por productores que se dedican solo a la engorda durante los siguientes 10 meses para su comercialización.

III. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Del análisis de la oferta y demanda, se observo que para abastecer solo el 1 % el mercado estadounidense de carne se requiere sacrificar mas de siete millones y medio de avestruces al año, para lo cual harían falta casi 400,000 reproductoras.

En México, en 1996 la producción de carne de bovino en canal ascendió a 1'256,478 ton. Si el consumo de carne de avestruz representa el 10% del de carne de bovino, se requeriría el sacrificio anual de aproximadamente 2 millones de avestruces, lo que a su vez implicaría la existencia de una parvada reproductiva de no menos de 100,000 aves en producción. Esto resalta que como industria tendrá la producción de avestruz, para lo cual será necesario fomentar el consumo de su carne, de tal manera que su precio sea accesible para todos los niveles sociales.

En cuanto a la piel, en 1996 se importaron 120,000 pieles de avestruz que abastecieron a 250 empresas por tal situación la apertura de una oferta local de piel de avestruz de buena calidad, podría desplazar las importaciones y aumentar el uso de esta piel en la fabricación de prendas de vestir y de ornato.

Asimismo, la industria automotriz y electrónica tienen un papel relevante en el país, y representan los principales consumidores potenciales de la pluma de avestruz para fines industriales.

IV. MACROLOCALIZACIÓN

El predio pertenece al ejido de la estación Querendaro, municipio de Zinapécuaro. Se localiza en las siguientes coordenadas geográficas:

LATITUD NORTE: 19° 52' 25"

LONGITUD OESTE: 100°53'26"

ALTITUD: 1840 m.s.n.m.

El área del proyecto comprende una superficie 2 Has se encuentra en el municipio de Zinapécuaro a 25 kilómetros de Morelia, el municipio colinda al norte con el estado de Guanajuato, al oriente con los municipios de Maravatio e Hidalgo al sur con los municipios de Hidalgo, Querendaro e Indaparapeo y al poniente con el lago de Cuitzeo y el municipio de Álvaro Obregón queda comprendido dentro del distrito de desarrollo rural 092 ubicado en Morelia y centro de apoyo número IV en Querendaro.



Figura No 1 Macrolocalización del proyecto

V. MICROLOCALIZACIÓN

El criterio que se eligió para la microlocalización del proyecto fue utilizado un análisis cualitativo, en concreto el denominado factores determinantes, cuya metodología a utilizar es la siguiente:

- a) Preparar una lista de factores relevantes
- b) Asignar una ponderación a cada factor considerando W1 100%

- c) Asignar la calificación a cada factor según lugar
- d) Realizar operaciones multiplicando: calificación por ponderación
- e) Sumar los puntos de cada ubicación y escoger la ubicación que tenga mayor puntaje.
- f) Elección de la mejor alternativa

Una vez que se realizó la anterior se seleccionó que el lugar más apropiado está ubicado en la región de Zinapécuaro, municipio de Álvaro Obregón en el estado de Michoacán el cual presenta las características más adecuadas para la realización de esta actividad con el mayor éxito.

VI. TAMAÑO DE LA GRANJA

Para definir el tamaño de granja es necesario considerar que se utilizará el modelo de reproducción de pie de cría: En este se considera como producto principal la venta en pie del ave para su sacrificio y como residual el abasto de nuevos productores. Se desarrolla mínimo en dos hectáreas con cinco críos manejados (5 machos y dos hembras por cada macho) y se adquieren todos los insumos para su alimentación y cuidados requeridos, dejando la posibilidad de seguir creciendo.

VII. PRESUPUESTO DE INVERSIONES

Integrando la granja conforme al modelo considerado e incluyendo los bienes y servicios que se mencionan en el Estudio Técnico realizado, la inversión total para este proyecto será de \$ 535,120.00 (Pesos Mexicanos) como se observa en la tabla No. 2

Tabla No. 2 RESUMEN DE INVERSIONES

CONCEPTO	SUBTOTAL	TOTAL
2 HECTAREAS DE TERRENO RURAL	\$ 30,000.00	
VALLADO PERIMETRAL DE LA FINCA	\$ 15,000.00	
VALLADO DE CORRALES Y COBERTIZOS	\$ 20,670.00	
CONSTRUCCION E INFRAESTRUCTURA	\$ 81,500.00	
Oficina, Incubadora, Nacedora, Almacén, Nave de Cría		
EQUIPO BÁSICO	\$ 44,830.00	

VEHICULO (Camioneta doble rodado usada)	\$ 80,000.00	
REPRODUCTORES (5 tríos de tres años = 15 aves a \$12,000)	\$ 180,000.00	
SUBTOTAL		\$452,000.00
COSTOS DE PRODUCCIÓN		
COSTO DE ALIMENTACIÓN	\$ 53,920.00	
COSTO DE MANO DE OBRA (2 trabajadores \$ 9,500 anual/pp)	\$ 19,000.00	
COSTO DE HONORARIOS (Veterinario)	\$ 1,500.00	
COSTO DE ENERGIA ELECTRICA (\$200 mensuales)	\$ 2,400.00	
COSTO DE MEDICAMENTOS (\$225 mensuales)	\$ 2,700.00	
COSTO EXTRA Y DE MANTENIMIENTO (\$300 mensuales)	\$ 3,600.00	
SUBTOTAL		\$ 83,120.00
TOTAL		\$535120.00

Tabla No 2 Fuente García Salinas G. (2002) Alternativa de Inversión en Struthiocultura

Del total de la inversión manifestada en el cuadro anterior, corresponde \$452,000 a Inversión Fija y como Capital de trabajo \$ 83,120.00 del total de inversiones.

VIII. EVALUACIÓN ECONÓMICA

VIII.1 Flujos netos de efectivo.

Teniendo en cuenta los presupuestos de producción, gastos e ingresos para los primeros cinco años de operación del proyecto así como el cálculo de las depreciaciones y pago de la deuda, se ha determinado los flujos de efectivo que se observan en la tabla 4

TABLA No.4 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

CONCEPTO	1	2	3	4	5
INGRESOS POR VENTAS	\$ 1.200,000	\$ 2.250,000	\$ 2 820000	\$ 3510000	\$ 4 380 000
COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 87,620	\$ 108,400	\$ 134,375	\$ 166,844	\$ 207,430
UTILIDAD MARGINAL	\$ 1,112,380	\$ 2,141,600	\$ 2,685,625	\$ 3,343,156	\$ 4,172,570
GASTOS DE ADMON Y VTAS	\$ 400	\$ 500	\$ 625	\$ 781	\$ 977

DEPRECIACIONES	\$ 26,342	\$ 26,342	\$ 26,342	\$ 26,342	\$ 26,342
UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$ 1 085 638	\$ 2114758	\$ 2,658 658	\$ 3316033	\$ 4145 251
GASTOS FINANCIEROS	\$ 21 ,600	\$ 17,280	\$ 12,960	\$ 8,640.	\$ 4,320
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 1,064,038	\$ 2,097,478	\$ 2,645,698	\$ 3,307,393	\$ 4,140,931
ISR	\$ 340 ,492	\$ 671,193	\$ 846,623	\$ 1,058,366	\$ 1,325,098
PTU	\$ 106,404	\$ 209,748	\$ 264,570	\$ 330,739	\$ 414,093
UTILIDAD NETA	\$ 617,142	\$ 1,216,537	\$ 1,534,505	\$ 1,918.288	\$2,401,740
PAGO DEL PRINCIPAL	\$ 36,000	\$ 36,000	\$ 36 ,000	\$ 36,000	\$ 36 ,000
DEPRECIACIONES.	\$ 30,841	\$ 30,841	\$ 30,841	\$ 30,841	\$ 30,841
FLUJO DE EFECTIVO	\$ 611,983	\$ 1,211,378	\$ 1,529,346	\$ 1,913,129	\$ 2,396,581

VIII.2 Costo de Capital

Este esta integrado por la tasa inflacionaria promedio y un premio o sobretasa por arriesgar el dinero de la inversión (que generalmente se aplica entre 10 y 15%), para este proyecto se aplico la tasa mayor debido al riesgo que se corre en esta inversión. Para el cálculo descrito se utilizo la siguiente formula:

$$\text{TREMA} = i + f + (i)(f) \quad i = \text{tasa inflacionaria}$$

$$f = \text{factor de riesgo}$$

$$\text{TREMA} = 0.09 + 0.15 + (0.09)(0.15) = 25\%$$

La TREMA del capital total \$ 535,120.00, esto significa que es el rendimiento mínimo que deberá ganar la empresa para reeditar a los inversionistas y emprender la inversión en este proyecto sobre la cría de avestruces para sacrificio.

VIII.3 Método del valor actual neto

El valor actual neto (VAN) ó valor capital de la inversión, como la suma de todos los flujos de fondos actualizados al momento inicial a una tasa de actualización o de descuento. En otras palabras Sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial esto equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero.

La tasa de actualización usada es en general (el costo medio ponderado del capital, la TREMA u otros); con el objeto de verificar si el proyecto, durante un periodo de tiempo, es capaz de retomar

unos flujos tales que permitan a la empresa recuperar la inversión y pagar a quienes aportan el capital la renta que ellos exigen para quedar compensados por su aportación.

El VAN de una inversión es expresado a través de la siguiente ecuación.

$$VAN = -IT + \frac{FF_1}{(1+i_1)} + \frac{FF_2}{(1+i_1)(1+i_2)} + \frac{FF_3}{(1+i_1)(1+i_2)(1+i_3)} + \dots + \frac{FF_n}{(1+i_1)(1+i_2)(1+i_3)\dots(1+i_n)}$$

Las diferentes formas en este apartado para calcular el VAN de un proyecto de inversión en función de las circunstancias particulares que presenten sus características financieras, proporcionando una medida de rentabilidad absoluta neta del proyecto.

Rentabilidad absoluta por que se expresa en unidades monetarias y neta por que en su determinación se han tenido todos los cobros y todos los pagos originados por el proyecto a lo largo de su vida útil.

- Si el VAN es positivo indicara que la realización del proyecto permitirá recuperar el capital invertido, satisfacer todas las obligaciones de pago originadas por él y obtener, además, un beneficio neto en términos absolutos igual a la cantidad expresada por el VAN.
- Si el VAN es negativo, se recomienda no llevar a cabo el proyecto, por que de hacerlo la empresa verá reducida su riqueza al incurrir en unas pérdidas netas igual al nivel del VAN.
- Si el VAN es igual a cero (nulo) indica existencia de un proyecto que es indiferente para la empresa, puesto que su realización no proporcionara beneficios ni generará pérdidas. En este caso se recomienda rechazar el proyecto.

De acuerdo a lo anterior para el presente proyecto el valor Actual Neto considerando la TREMA de 25%

$$VAN = \$ 2,465,362.22$$

VIII.4 Método de la tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno o rendimiento TIR (ROI) se define como aquella tasa de actualización o de descuento, "(i)", que hace cero la rentabilidad absoluta neta de la inversión. Es decir, aquella tasa de descuento que iguala el valor actual de los flujos de fondos positivos con el valor actual de los flujos de fondos negativos incluida la inversión inicial.

Es expresada como:

$$TIR \Rightarrow -IT + \frac{FF_1}{(1+i)^1} + \frac{FF_2}{(1+i)^2} + \frac{FF_3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FF_n}{(1+i)^n} = 0$$

Un proceso de cálculo práctico de acuerdo con *González Santoyo F.* (1985), es establecido como:

1. Se escoge arbitrariamente una tasa de interés y se descuenta a esa tasa la serie de costos y beneficios como en el método del valor actual neto. Si el resultado de la sustracción de beneficios y costos actualizados es positivo o mayor que cero, esto significa que la TIR es superior a esa tasa arbitrariamente seleccionada.
2. Se escoge una tasa superior a la primera y se repite la operación de actualización, si en esa nueva tasa la diferencia entre beneficios y costos actualizados fuera negativa, entonces la tasa interna de retorno buscada está entre la primera y la segunda tasa de interés utilizada.
3. El valor de la TIR se encuentra por interpolación lineal, esta se realiza usando la siguiente ecuación:

$$TIR \Rightarrow i_1 + (i_2 - i_1) \left[\frac{\sum_{t=0}^n FF \oplus}{\sum_{t=0}^n FF \oplus + \left(\sum_{t=0}^n FF - \right)} \right]$$

Donde:

TIR = Tasa Interna de Retorno

i_1 = Tasa de actualización inferior en (%)

i_2 = Tasa de actualización superior en (%)

FF+ = Suma flujos de fondos actualizados con i_1

FF- = Suma flujos de fondos actualizados con i_2

Es recomendable tomar variaciones de tasas de interés entre i_1 y i_2 de 5 al 10% a lo más, esto permitirá más precisión en el proceso de cálculo, debido a que la interpolación lineal se realiza en un intervalo pequeño.

La toma de decisiones será aceptar el proyecto cuando sea:

$$TIR > TREMA$$

Para el presente proyecto la TIR calculada de acuerdo a los flujos es:

$$TIR = 167\%$$

VIII. 5 Método del valor actual neto con teoría de la incertidumbre

Para el establecimiento de la ampliación del modelo clásico al análisis con números borrosos, como primera aproximación se considerará que se ha consultado a un grupo de expertos para la obtención de información, en relación con los tipos de interés esperados, usando números borrosos triangulares.

El grupo de expertos ha llegado a un acuerdo tal que, piensan que el tipo de interés no será inferior a un valor “ r_s ” y lo más seguro (nivel de presunción igual a 1) es que tome el valor “ m_s ” para cada periodo de la vida útil de la inversión de 1 a n. Por lo que el interés en la inversión expresado como un número borroso lo podemos escribir como:

$$i_{\sim s} = (r_s, m_s, s_s) ; j= 1,2,\dots,n$$

$$s= 1,2,\dots,j$$

Por lo que el valor actual neto de un proyecto de inversión con tipos de interés inciertos expresados a través de números borrosos triangulares viene dado por la expresión clásica con la modificación de la incorporación del concepto de incertidumbre a través del interés a usar; por lo tanto la ecuación del VAN para este caso será:

$$VAN_{\sim} = -A + \sum_{j=1}^n FF_j \prod_{s=1}^j (1 + i_{\sim})^{-1}$$

Sustituyendo la notación anterior expresada en términos de α - cortes, se tiene:

$$VAN_{\sim} = -A + \sum_{j=1}^n FF_j \prod_{s=1}^j (1 + i_s(\alpha))^{-1}$$

$$VAN_{\sim}(\alpha) = -A \sum_{j=1}^n FF_j \prod_{s=1}^j (1 + i_s(\alpha))^{-1} \quad \forall \alpha \in [0,1]$$

En el uso del método para análisis de inversiones, bajo la perspectiva de la incertidumbre, es necesario tratar los flujos de fondos (FF_j) bajo el mismo contexto, al dato que no tiene sentido incorporarle este efecto es a la inversión inicial (A), debido a su ubicación en el ciclo CERO del horizonte de planeación del proyecto, por lo que la inversión para todos los análisis bajo el contexto de la incertidumbre es tratada como un dato cierto.

La formulación matemática del modelo es similar a la presentación clásica, incorporando para el caso de estudio, un nivel de presunción a los flujos derivados del proyecto y que, para el caso se han considerado inciertos, su presentación es:

$$\tilde{VAN} = -A + \sum_{j=1}^n FF_j(\alpha) \prod_{s=1}^j (1 + i_s(\alpha))^{-1}$$

$$\tilde{VAN}(\alpha) = -A + \sum_{j=1}^n FF_j(\alpha) \prod_{s=1}^j \left[\frac{1}{[1 + s_s(\alpha)]}, \frac{1}{[1 + r_s(\alpha)]} \right]$$

$$\tilde{VAN}(\alpha) = -A + \sum_{j=1}^n [gj(\alpha), lj(\alpha)] \prod_{s=1}^j \left[\frac{1}{[1 + s_s(\alpha)]}, \frac{1}{[1 + r_s(\alpha)]} \right] \quad \forall \alpha \in [0,1]$$

Esta ecuación nos permite obtener, para cada nivel α el abanico de posibilidades entre las cuales se espera se encuentre su estado real. Del resultado obtenido, se puede deducir la posibilidad de situarnos en el estado real y en consecuencia, se puede estar por arriba o debajo de él.

De lo anterior, se podría establecer que el VAN clásico considera:

- Un tipo de interés constante para todos los períodos en el horizonte de planeación del proyecto.
- El interés considerado como cierto en el análisis.
- Se consideran ciertos o conocidos plenamente los flujos de fondos asociados con el proyecto.

Por lo anterior, se tiene que todas estas condiciones consideradas por el VAN clásico son casos particulares del VAN borroso, el cual considera:

- El tipo de interés usado en el análisis es considerado diferente para cada período considerado en el proyecto, se expresa como (i_s)
- Se considera (i_s) incierto, denotado por el nivel α de presunción (de que ese tipo de interés sea real).
- Se consideran inciertos los flujos de fondos asociados al proyecto de inversión; se asocia un α al igual que el caso anterior.

Se debe ser consiente de que el proceso de inversión, como cualquier otro proceso económico, resultará afectado por el marco macroeconómico en el que tiene lugar y que, por lo tanto, va a influir en los resultados que pueden obtenerse. Lo anterior es citado debido a que el modelo desarrollado y presentado para el caso puede ser enriquecido con la incorporación de variables adicionales que se tienen en los sistemas económicos reales.

Para el presente proyecto el cálculo del VAN borroso se consideró los siguientes flujos de efectivo, así como el comportamiento del interés obtenida a través de un panel de expertos tal como se muestra a continuación:

Año	Flujo de fondos (u.m)		
	Li	p.m	ls
0	- 35,120.00		
1	611,983.00	685,420.96	758,858.92
2	1,211,378.00	1,271,946.90	1,332,515.80
3	1,529,346.00	1,605,813.30	1,682,280.60
4	1,913,129.00	2,008,785.45	2,104,441.90
5	2,396,581.00	2,516,410.05	2,636,239.10

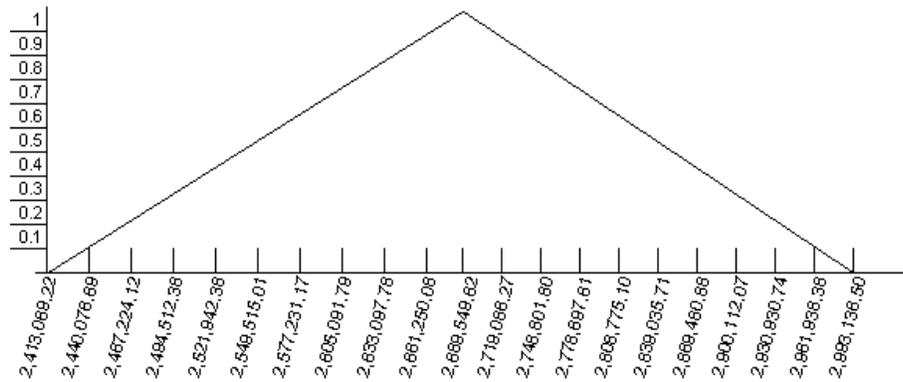
Tipo de interés		
Li	p.m	ls
0.25	0.28	0.30
0.31	0.32	0.33
0.34	0.34	0.35
0.36	0.37	0.38
0.39	0.40	0.41

La evaluación del VAN difuso es:

α	VAN (α) (u.m)	
0	2,413,069.22	2,993,136.50
0.1	2,440,076.69	2,961,938.38
0.2	2,467,224.12	2,930,930.74
0.3	2,494,512.38	2,900,112.07
0.4	2,521,942.38	2,869,480.88
0.5	2,549,515.01	2,839,035.71
0.6	2,577,231.17	2,808,775.10
0.7	2,605,091.79	2,778,697.61
0.8	2,633,097.78	2,748,801.80
0.9	2,661,250.08	2,719,086.27
1	2,689,549.62	2,689,549.62

por lo tanto el VAN = (2,413,069.22 , 2,689,549.62 , 2,993,136.50)

Gráficamente estos resultados son:



Como se observa la figura es una representación adecuada de un NBT,. Del gráfico se observa que a nivel que va disminuyendo el nivel de presunción α , los segmentos obtenidos al cortar cada nivel, la representación gráfica del VAN encaja progresivamente, esto cumple con la propiedad de convexidad.

Para el cálculo de la TIR por teoría de la incertidumbre se procedió:

Lo que podemos hacer es calcular para los diferentes flujos su TIR para con ello obtener una triplete de confianza dado que la misma operatividad de intervalos no nos permite desarrollar esta ecuación.

De acuerdo a la anterior y considerando tres diferentes flujos obtendremos:

	FF (menor)	FF (medio)	FF (mayor)
0	- 535,120.00	- 535,120.00	- 535,120.00
1	611,983.00	685,420.96	758,858.92
2	1,211,378.00	1,271,946.90	1,332,515.80
3	1,529,346.00	1,605,813.30	1,682,280.60
4	1,913,129.00	2,008,785.45	2,104,441.90
5	2,396,581.00	2,516,410.05	2,636,239.10

TIR = 167% TIR = 178% TIR= 189%

TIR = (167% , 178% , 189)

IX CONCLUSIONES:

Del análisis se establece que este estudio es factible llevarlo a la práctica debido a los resultados financieros obtenidos bajo certeza, se tiene una TIR de 167%, lo que representa un excelente nivel de rentabilidad el proporcionado por esta alternativa de inversión, así mismo se tiene un VAN de \$2,465,362.22. en la referente al comportamiento bajo la incertidumbre, se tiene un VAN=(2,413,069.22 , 2,689,549.62 , 2,993,136.50), y una TIR (167% , 178% , 189), lo que expresa

que aún en este espectro resulta alentado tomar la decisión de implantar el proyecto de cría de avestruces en Zinapécuaro Michoacán.

X. BIBLIOGRAFÍA:

- Alfaro C., González F. (2008), “Decisiones financieras en la incertidumbre en el sector industrial de purificación de agua”, *X Congreso SIGEF*, España, ed. López G., Mendaña C.
- Baca Urbina Gabriel (2002), “*Evaluación de Proyectos*”. México. Mc Graw Hill.
- García Salinas M.G. (2002), “Alternativa de inversión en Struthiocultura”, tesis de *Maestría en Administración DEPFCCA-U.M.S.N.H, Morelia Mich. Mex.*
- Gil Lafuente Jaime (1997), “*Marketing para el nuevo milenio*”. España. Ed. Pirámide,
- Gil Lafuente Ana María, (1993), “*El análisis financiero en la incertidumbre*”. España, ed. Libergraf
- González Santoyo F. et. Al.(2000). “*La incertidumbre en la evaluación financiera de las empresas*”. México, FeGoSa Ingeniería Administrativa y la FCA-UMSNH
- González Santoyo F. (2002), “*Técnicas de análisis empresariales en la certeza e incertidumbre*”. México, ed. FeGoSa Ingeniería Administrativa.
- González Santoyo F. (2003). “*Diseño de empresa de orden mundial*”. México, ed. FeGoSa Ingeniería Administrativa UMSNH-URV.
- Terceño Gómez A. et. al.(1996) “*Matemática para la economía y la gestión de empresas*”. España, Ed. F.C.
- Terceño Gómez A.(1997). “*La decisión de la inversión en la incertidumbre*”. España, ed. FCEE-URV
- Terceño Gómez A.(1996). “*Función de pertenencia del término amortizativo de un préstamo de un préstamo a interés incierto*”, España, FCEE-URV
- Terceño Gómez A.(2002). “*Tratamiento de la incertidumbre en la selección de carteras de valores*”, España , FCEE-URV

METODOLOGÍA PARA LA COMPRENSIÓN DE LOS CERTIFICADOS DE LA TESORERÍA DE LA FEDERACIÓN

José Rafael Aguilera Aguilera
Jorge Víctor Alcaraz Vera

cp_aguilera@hotmail.com
talcarazv@hotmail.com

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

La presente investigación tiene por objeto describir en forma general y concreta, todas las características y circunstancias que envuelven a los instrumentos que durante mucho tiempo fueron líderes en el mercado de dinero, los Certificados de la Tesorería de la Federación, mejor conocidos como CETES. Por lo que se presenta un bosquejo del Sistema Financiero Mexicano para ubicar el Sector Bursátil Mexicano dentro de este super sistema, se describe este Sector, así como sus principales participantes y diferentes mercados, haciendo mención de que el Mercado de Dinero es uno de los más importantes de la economía mexicana y en el cual existen gran diversidad de instrumentos financieros, de acuerdo a sus plazos, garantías, rendimientos, etcétera, pero sin duda los que tiene más prestigio y peso dentro de éste son los emitidos por el Gobierno Federal, y entre éstos se encuentran los famosos CETES para finalmente mostrar la metodología de valuación de estos instrumentos financieros tan conocidos.

Palabras clave: Sistema Financiero Mexicano, Certificado de la Tesorería de la Federación, Valor nominal, Tasa de interés, Tasa de descuento.

Abstract

This research aims to describe in general and specifically, all the features and circumstances surrounding the instruments that have long been leaders in the money market, Certificates of the Treasury of the Federation, better known as CETES. It presented an outline of the Mexican financial system to locate the Mexican Stock Market Sector within this super system, described this sector and its major players and different markets, making mention of the Money Market is one of the most important for the Mexican economy and in which there are wide variety of financial instruments according to their terms, warranties, returns, etc., but that certainly has more prestige and weight in this are those issued by the Federal Government, and among them are the famous CETES to finally show the methodology of valuation of these financial instruments as well known.

Key words: Mexican Financial System, Certificate of the Federal Treasury, nominal value, interest rate, discount rate.

INTRODUCCIÓN

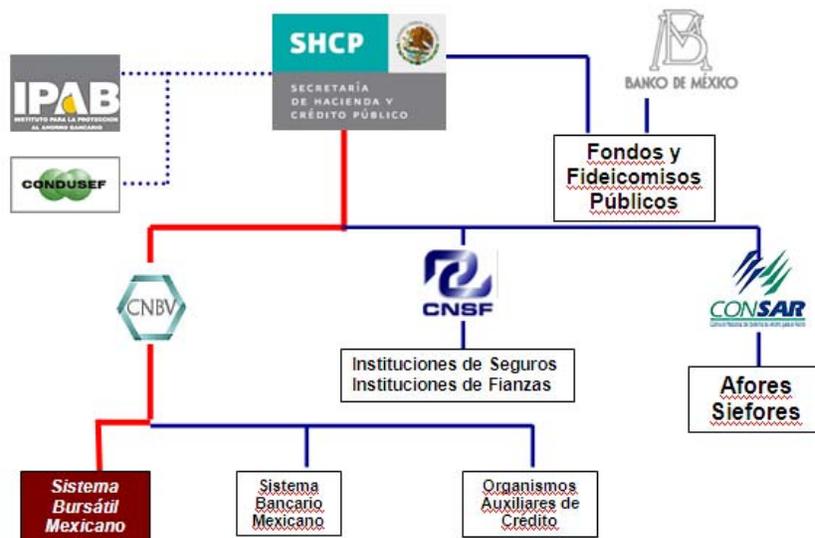
Un Sistema Financiero es el super mercado donde se consigue e invierte el dinero, es decir, el lugar físico o virtual que está conformado por varios mercados en donde se compra y vende, a un plazo y tasa determinados a través de operadores bancarios, bursátiles u organizaciones auxiliares con los requisitos que marcan las leyes respectivas, por lo tanto, es una organización que canaliza los excedentes de recursos financieros a las necesidades deficitarias de los agentes participantes en la economía; por consiguiente el Sistema Financiero de una economía moderna desempeña, principalmente, la tarea de transferir el ahorro hacia los distintos proyectos de inversión de los diversos agentes que integran la economía. El Sistema Financiero influye, significativa y prácticamente, sobre todas las actividades económicas de una nación determinada. Nuestro país,

como cualquiera del mundo, cuenta con un Sistema Financiero, el cual lleva por nombre: Sistema Financiero Mexicano (SFM).

REFERENCIAS

El Sistema Financiero Mexicano se define como el conjunto de personas y organizaciones, tanto públicas como privadas, por medio de las cuales se captan, administran, regulan y dirigen los recursos financieros que se negocian entre los diversos agentes económicos, dentro del marco de la legislación correspondiente, esto con el fin principal de procurar la asignación eficiente de recursos entre ahorradores y demandantes de crédito. Para que el Sistema Financiero Mexicano sea sano se requiere, entre otros, de organismos confiables que regulen, supervisen y controlen; de intermediarios eficaces y solventes; de mercados eficientes y completos; y de un marco legal que establezca claramente los derechos y obligaciones de las partes involucradas. Esto se aprecia con mayor claridad en la siguiente figura.

Figura 1. Organigrama del Sistema Financiero Mexicano



Organismos de Regulación, Supervisión y Control: Las actividades de regulación, supervisión y control son efectuadas por instituciones públicas que reglamentan y supervisan las operaciones y las actividades que se llevan a cabo y por otro lado, definen y ponen en práctica las políticas monetarias y financieras fijadas por el gobierno. Así, las instituciones reguladoras y supervisoras, son las siguientes:

- La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP).
- El Banco de México (BANXICO).
- La Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV).
- La Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF).
- La Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR).
- La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de los Servicios Financieros (CONDUSEF).
- El Instituto para la Protección del Ahorro Bancario (IPAB).

De estos siete organismos de supervisión, sólo dos son los que realmente influyen y participan en la emisión de los CETES, los cuales se describen a continuación.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP): Es la institución del Sistema Financiero Mexicano con máxima jerarquía en materia normativa. De acuerdo con el artículo 31 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, tiene las siguientes funciones relacionadas con el Sistema Financiero Mexicano:

- V. *Manejar la deuda pública de la Federación y Distrito Federal.*
- VI. *Realizar o autorizar todas las operaciones en que se haga uso del crédito público.*
- VII. *Planear, coordinar, evaluar y vigilar el sistema bancario del país que comprende a Banco Central, a Banca Nacional de Desarrollo y las demás instituciones encargadas de prestar el servicio de banca y crédito.*
- VIII. *Ejercer las atribuciones que le señalen las leyes en materia de seguros, fianzas, valores y de organizaciones y actividades auxiliares de crédito.*

En lo relacionado al **Sector o Sistema Bancario y Bursátil Mexicano**, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) se apoya en la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV); por ello se hace referencia en el organigrama del Sistema Financiero Mexicano con una línea continua de color rojo a la relación que tiene esta Secretaría con la Comisión, y a la relación de ésta con el *Sistema Bursátil Mexicano*.

Banco de México (BANXICO): Es el banco central del país, organismo descentralizado con personalidad jurídica propia, encargado del control del circulante, y agente financiero del Gobierno Federal; es un organismo autónomo por disposición constitucional. Su autonomía radica en los tres puntos siguientes:

- Independencia para determinar el volumen de crédito primario.
- Independencia de las personas que integran su junta de gobierno.
- Independencia administrativa como institución.

Promueve el sano desarrollo del *Sistema Financiero Mexicano* y propicia el buen funcionamiento de los sistemas de pagos.

Sistema Bursátil Mexicano

Cuando las empresas necesitan recursos financieros para sus proyectos o para capital de trabajo, o bien cuando el gobierno federal debe cubrir su gasto público o realizar obras de infraestructura, dichas entidades tienen la alternativa de acudir a mercados organizados para obtener los recursos del público inversionista, ofreciendo a cambio rendimientos atractivos, liquidez y seguridad. El Sistema Bursátil Mexicano, también conocido como Mercado de Valores, se define como el conjunto de organizaciones, tanto públicas como privadas, por medio de las cuales se regulan y llevan a cabo actividades crediticias mediante títulos-valor inscritos en el Registro Nacional de Valores y que se negocian en la Bolsa Mexicana de Valores, de acuerdo con las disposiciones de la Ley del Mercado de Valores. El Mercado de Valores o Sistema Bursátil Mexicano se puede clasificar según el tipo de activo que se negocia, los cuales son: El Mercado de Dinero o Deuda, el Mercado de Capitales o Accionario, el Mercado Cambiario y el Mercado de Derivados.

Participantes

- a) ***Entidades Emisoras de Valores:*** Son las que se encargan de ofrecer al público inversionista, en el ámbito de la Bolsa Mexicana de Valores y con la participación de un Intermediario Bursátil, valores tales como acciones, Certificados de la Tesorería de la Federación, pagarés de mediano plazo, papel comercial, obligaciones, etcétera.

b) Intermediarios Bursátiles: Son los que sirven de enlace ente oferentes y demandantes de valores; pueden ser casas de bolsa o especialistas bursátiles.

c) Público Inversionista: Son personas físicas o morales nacionales o extranjeros que, por medio de una casa de bolsa o un especialista bursátil, colocan sus recursos a cambio de valores, buscando obtener un rendimiento.

d) Empresas de apoyo a las actividades del mercado de valores: Las operaciones bursátiles requieren de una infraestructura institucional congruente con su evolución, que contribuya a perfeccionarlas. Además de los intermediarios, las emisoras y los inversionistas, el *Sistema Bursátil Mexicano* cuenta con diversas figuras que contribuyen a la realización y perfeccionamiento de las operaciones, así como en la creación de un ambiente favorable para mantener condiciones de orden e integridad en el mercado de valores. Entre estas, se encuentran las siguientes:

- Bolsas Mexicana de Valores (BMV).
- Instituciones para el Depósito de Valores (S.D. Indeval).
- Registro Nacional de Valores e Intermediarios (RNVI).
- Asociación Mexicana de Intermediarios Bursátiles (AMIB).

El Mercado de Dinero

El mercado de dinero es la parte central del Sistema Bursátil Mexicano, a través del cual los bancos comerciales, la banca de desarrollo, las casas de bolsa, los corporativos financieros, el gobierno federal y el público inversionista negocian cientos de millones de pesos cada día. Estos cuantiosos flujos de recursos tienen un impacto decisivo en variables tan disímboles como: la forma en que se financia el Gobierno Federal; el grado existente de confianza por parte de los agentes económicos en la estabilidad económica; el financiamiento de los negocios privados; la manera en que los consumidores eligen gastar o ahorrar; en cómo los corporativos están añadiendo valor agregado a la rentabilidad del negocio optimizando activos y excedentes de liquidez monetaria. En este mercado se trata de negociar la mercancía llamada dinero en forma de títulos-valor representativos de deuda, ya sea gubernamental o privada, generalmente a corto plazo, altamente líquidos y de bajo riesgo. El costo de estos instrumentos es la tasa de interés o la tasa de descuento de las cuales se deriva el rendimiento que brindan. El mercado de dinero tiene características muy particulares y muy claras, las cuales son las siguientes:

- Se integra por títulos que representan deudas.
- Los títulos tienen fecha de vencimiento, es decir, tiene una vida limitada.
- El rendimiento está determinado por una tasa de interés.
- El riesgo para el público inversionista es moderado, debido a que el rendimiento de los títulos de deuda se estipula mediante una tasa, el rendimiento es seguro.

Títulos-Valor o Instrumentos Financieros: Los instrumentos que participan en el mercado de dinero como se mencionó anteriormente representan la participación que tiene el inversionista en la deuda del emisor, es decir, el inversionista se convierte en el acreedor del emisor de los títulos. Dependiendo del tipo de emisor, estos instrumentos o títulos valor son denominados *Gubernamentales, Bancarios o Privados*.

a) Títulos-Valor Gubernamentales: A nivel de la sociedad en su conjunto, el principal demandante de ahorro nacional es el propio Gobierno Federal. Por sí solo requiere colocar títulos

por importe de varios miles de millones de pesos semanalmente. El Banco de México, por cuenta del Gobierno Federal, convoca a los intermediarios financieros a la compra de títulos gubernamentales cada semana. Los recursos que obtiene el Gobierno Federal mediante la emisión de títulos se canaliza a solventar sus necesidades de operación, es decir, a satisfacer los requerimientos de su flujo operativo. Una parte fundamental de dichas necesidades es el pago de las amortizaciones de las emisiones que se colocaron con anterioridad y que vencen el día de la colocación de las nuevas emisiones. La mecánica para la colocación de los títulos gubernamentales constituye una de las rutinas semanales más precisas de toda la operación del mercado de dinero. Los principales títulos que emiten el Gobierno Federal, son:

- Certificados de la Tesorería de la Federación (CETES).
- CETES denominados en Udis (UDICETE).
- Bonos de desarrollo del Gobierno Federal denominados en Udis (UDIBONOS).
- Bonos de desarrollo del Gobierno Federal (BONDES).
- Pagaré de Indemnización Carretera (PIC-FARAC).
- Bonos de Regulación Monetaria (BREMs).
- Bonos de Protección al Ahorro (BPAs).

b) Títulos-Valor Bancarios: Los Bancos adquieren una doble participación en el mercado; como inversionistas pueden mantener una posición larga, en cuyo caso son demandantes de títulos; como emisores, los bancos pueden acceder al mercado de dinero para captar recursos. Los bancos emiten diversas modalidades de títulos, los más comunes son los siguientes:

- Pagaré con Rendimiento Liquidable al Vencimiento (PRLV).
- Certificado de Depósito a Plazo (CEDEs).
- Bonos Bancarios (Bonos).
- Bonos Bancarios para el Desarrollo Industrial (BONDIS).
- Aceptaciones Bancarias.
- Papeles con Aval Bancario.

c) Títulos-Valor Privados: Las empresas privadas a través de la emisión y colocación de deuda pueden captar flujos importantes de dinero para financiar proyectos o para cumplir sus obligaciones y, por otra parte, otorgar oportunidades de inversión al público. Los principales instrumentos de deuda que emiten las empresas privadas son los siguientes:

- Pagaré Financiero.
- Papel Comercial Simple o Indizado.
- Certificados Bursátiles.
- Pagarés de Mediano Plazo.
- Bonos de Prenda.
- Certificados de Participación Ordinaria (CPO).
- Certificados de Participación Inmobiliaria (CPI).
- Bonos Estructurados (Bono Empresarial).
- Obligaciones.

Componentes de los Títulos de Deuda: Cada deuda se estructura de manera diferente. Cada papel o título puede, según la estructura del pasivo, tener características especiales que lo hacen diferente a otros. Sin embargo, hay tres elementos o componentes comunes a todos los papeles de deuda:

1.- Fecha de amortización. Es aquella en que la entidad deudora tiene la obligación de devolver el dinero que le fue prestado. Es la fecha en que se vence el crédito.

- 2.- **Valor Nominal:** Es el precio de un título. Los precios se estipulan en cantidades de \$1.00, \$10.00, \$100.00 o de \$1,000.00. Hay casos en que el valor nominal llega a ser de \$100,000.00 Es la cantidad de dinero que el inversionista presta al emisor por cada título que adquiera.
- 3.- **Tasa de Interés:** Es el premio que paga el usuario del dinero al inversionista que se lo facilita. Es el costo de la deuda. Los papeles contiene una tasa de interés que los emisores pueden establecer según distintas formas: tasa de rendimiento, tasa de descuento, etcétera. La tasa de interés es el componente más importante del mercado de dinero.

Tasas de Interés: El mercado de dinero es un mercado de títulos de deuda: bonos, certificados, pagarés, etcétera. Estos se estructuran a partir de dos elementos de peso: el tiempo y la tasa de interés. Uno y otro otorgan al bono sus cualidades y demás características y uno y otro lo hacen parecer sencillo o complejo, según la forma en que se analice y se evalúen sus bondades. El tiempo determina el nivel de la tasa de interés. Ésta, por su parte, tiene muchos enfoques y particularidades que dependen del factor tiempo. La tasa de interés es el elemento vital de los títulos de deuda y depende del tiempo. Se habla de tasas de interés, en lo general, pero en el detalle una tasa puede tener uno u otro matiz, por lo que en la práctica existen gran diversidad de tasas de interés, pero las más importantes son: la tasa de rendimiento y la tasa de descuento. A pesar de que parten del mismo concepto y de que en apariencia son lo mismo, en la usanza del mercado, cada concepto tiene aplicaciones, referencias y formas de cálculo distintos.

Tasa de Rendimiento: El rendimiento de una inversión es la cantidad que se paga o recibe como premio, Si una persona invierte \$ 1,000 y al cabo de un año recibe \$ 1,200, se dice que ha obtenido un rendimiento de \$ 200, es decir, un 20% de interés. En la práctica, todas las tasas de interés se establecen y divulgan como porcentajes nominales anuales, sea cual sea el plazo que puedan tener las inversiones e incluso los papeles. Se estipulan como tasas nominales porque siempre representan porcentajes de rendimiento sobre el valor nominal del instrumento.

La fórmula de la **Tasa de Rendimiento** surge de la siguiente fórmula:

$$S = C(1 + it)$$

Donde:

C = Capital o Inversión Inicial.

i = Tasa de Rendimiento.

t = Tiempo que dura la inversión.

S = Monto o valor acumulado de la Inversión Inicial.

Despejando la fórmula anterior, se obtiene ahora la fórmula de la **Tasa de Rendimiento**:

$$i = \frac{\frac{S}{C} - 1}{t}$$

Tasa de Descuento: Descontar es deducir una cantidad de un importe al momento de hacer el pago. Cuando una tienda anuncia que ofrece un descuento del 20% en algún producto, el público entiende que en vez de pagar el importe íntegro de \$ 100, por ejemplo, sólo necesita entregar \$ 80 para llevarse el producto. Los \$ 20 que se le han descontado son la cantidad objeto del descuento, su ahorro o beneficio. En el mercado de dinero, la tasa de descuento funciona de manera similar y agrega al cálculo la variable tiempo. Cuando se trata de negociaciones a descuento, los instrumentos no estipulan alguna tasa de interés. El beneficio estriba en adquirir

un título a un precio menor al de su valor nominal. Por eso el rendimiento del adquirente se produce por la diferencia entre el valor nominal que recibe al vencimiento y el precio que paga al momento de la compra; pero no obstante, es posible obtener la tasa de rendimiento de los instrumentos negociados a descuento, como es el caso de los CETES.

La fórmula de la **Tasa de Descuento** surge de la siguiente fórmula:

$$C = S(1 - dt)$$

Donde:

S = Valor Nominal de la inversión.

d = Tasa de Descuento.

t = Tiempo que dura la inversión.

C = Precio de Compra o Valor Descontado de la inversión.

Despejando la fórmula anterior, se obtiene la fórmula de la **Tasa de Descuento**:

$$d = \frac{1 - \frac{C}{S}}{t}$$

Pero es importante hacer mención que, existen un par de fórmulas que relacionan las dos tasas, es decir, una fórmula que puede encontrar la **Tasa de Rendimiento** partiendo de la **Tasa de Descuento**, y otra fórmula que puede hallar el valor de la **Tasa de Descuento** a partir de la **Tasa de Rendimiento**. Este par de fórmulas surgen de la igualación de las dos fórmulas que se mencionaron anteriormente. La fórmula que encuentra el valor de la **Tasa de Rendimiento** partiendo de la **Tasa de Descuento** es la siguiente:

$$i = \frac{d}{1 - dt}$$

La fórmula que nos da el valor de la **Tasa de Descuento** a partir de la **Tasa de Rendimiento** es la siguiente:

$$d = \frac{i}{1 - it}$$

Certificados de la Tesorería de la Federación (CETES)

Los Certificados de la Tesorería de la Federación (CETES) son el instrumento de deuda bursátil más antiguo emitido por el Gobierno Federal. Se emitieron por primera vez en enero de 1978 y desde entonces constituyen un pilar fundamental en el desarrollo del mercado de dinero en México. Estos títulos pertenecen a la familia de los bonos cupón cero, esto es, se comercializan a descuento (por debajo de su valor nominal), no devengan intereses en el transcurso de su vida y liquidan su valor nominal en la fecha de vencimiento. Desde la primera emisión de CETES que se llevó a cabo en Enero de 1978 y que fueron creados mediante un decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 28 de Noviembre de 1977, hasta la emisión número 37 del año de 1982, en el mes de septiembre, el BANXICO solía anunciar cada viernes, semana a semana, tanto el monto y plazo de los CETES a ser emitidos en la siguiente semana, como la tasa de descuento a la que dichos títulos estarían a la venta. Sin embargo, a partir del 23 de septiembre de 1982 fue incorporado el mecanismo de subasta para la determinación de la tasa de descuento de los CETES. El mecanismo de subasta consiste en dejar al libre arbitrio de las fuerzas de mercado la determinación de la tasa a la

que se descontarán los CETES en cada una de las emisiones. Durante su existencia en el mercado los CETES se han emitido a plazos mínimos de siete días y máximos de 728 días. En el primer caso se respondió así a momentos de alta incertidumbre y un fuerte nivel de inflación que estaban enmarcados en una crisis económica y financiera muy fuerte. En el segundo caso ocurrió lo contrario, una época estable y con fuertes fundamentales macroeconómicos, las tasas de interés disminuyeron mucho, se estabilizó el tipo de cambio y la inflación comenzó a disminuir rápidamente.

Desde la crisis de 1995, hasta la actualidad los CETES se emiten y colocan a plazos de 28 y 91 días, y a plazos cercanos a los seis meses y un año. Con el fin de incrementar la bursatilidad de estos títulos, el Gobierno Federal ha buscado reducir el número de emisiones vigentes en el mercado e incrementar el valor de las mismas. Para ello, en los últimos años la SHCP ha colocado una misma emisión de CETES a plazo cercano a seis meses y a plazo cercano a un año en varias ocasiones. Por lo anterior, en las subastas semanales se emiten y colocan CETES de entre 335 y 364 días para el caso de los de un año y de entre 182 y 153 días para el caso de los de seis meses. Los CETES son títulos de crédito al portador en los que se consigna la obligación de su emisor (el *Gobierno Federal*) de pagar una suma fija de dinero (su *Valor Nominal*) en una fecha predeterminada (a la *Fecha de su Vencimiento*). Los CETES son emitidos por conducto de la SHCP, siendo el BANXICO el agente financiero (intermediario) exclusivo para su colocación y redención. Los CETES persiguen varios objetivos, cada uno de diferente índole, los cuales son:

- Ayudan a la regulación monetaria.
- Auxilian en el control del circulante.
- Capitalizan la inversión productiva del Gobierno Federal.
- Financian del gasto público del Gobierno Federal.
- Influyen sobre las tasas de interés.
- Coadyuva para el buen funcionamiento de la actividad bancaria.
- Propicia el desarrollo del mercado de valores.

Características de los CETES.

- ***Nombre:*** Certificados de la Tesorería de la Federación (CETES).
- ***Valor Nominal:*** \$ 10.00 (Diez pesos), aunque el Gobierno Federal tiene la posibilidad de emitirlos a \$ 5.00 (cinco pesos). Se denominan en moneda nacional.
- ***Plazo de Vencimiento:*** Se emiten y colocan a 28 y 91 días, y a plazos cercanos a seis meses (entre 182 y 153 días) y a plazo cercano a un año en (entre 335 y 364 días).
- ***Día de emisión:*** Se emiten semanalmente los días jueves, excepto cuando el jueves es día de descaso obligatorio.
- ***Anuncio o Prospecto de Colocación:*** El jueves, día de cada nueva emisión, se publica un anuncio o prospecto de colocación de los CETES en los principales diarios de circulación nacional. El anuncio contiene los siguientes datos: Número de la emisión, Monto de la emisión, Fecha de emisión, Fecha de vencimiento, Plazo o días de vigencia, Valor nominal, Tasa de descuento promedio ponderado a la que se coloca la emisión, y Tasa de rendimiento promedio ponderado equivalente a la Tasa de descuento. La publicación del prospecto el día de la emisión es con fines de difusión y un requisito legal indispensable para cualquier valor emitido a través de bolsa.
- ***Emisor:*** Gobierno Federal.
- ***Pago de Intereses:*** Estos títulos no devengan intereses debido a que son bonos cupón cero. Sin embargo, la tasa de interés del título está implícita en la relación que existe entre su precio de adquisición, el valor nominal del título y su plazo a vencimiento.
- ***Amortización:*** Única al vencimiento.

- Rendimiento: Se colocan a descuento, es decir, a un precio menor de su valor nominal, por lo que el rendimiento que se obtiene al invertir en ellos es mediante ganancia de capital (diferencia entre el precio de compra y el precio de venta).
- Monto Mínimo de Inversión: \$ 1'000,000.00 (un millón de pesos). El acceso directo a la compra de CETES requiere de montos de inversión elevados, por lo que se accede a ellos en forma indirecta a través de reportos o de fondos de inversión en instrumentos de deuda especializados en títulos gubernamentales del mercado de dinero.
- Liquidez: Es una inversión de alta liquidez ya que los CETES se pueden comprar y vender en cualquier día hábil en lo que se llama el mercado secundario.
- Garantía: Respaldo absoluto del Gobierno Federal.
- Agente Colocador: El Banco de México.
- Intermediarios: Se pueden adquirir y negociar exclusivamente a través de las casas de bolsa.
- Depósitos en Administración: La custodia de los títulos permanece siempre a cargo del Banco de México, y sólo se llevan registros contables sobre las transacciones que con ellos se efectúen; por tanto, no existen transferencia física de títulos.
- Colocación Primaria: Se realiza mediante subastas, en las cuales los participantes presentan posturas por el monto que desean adquirir y la tasa de descuento que están dispuestos a pagar. Las reglas para participar en dichas subastas se encuentran descritas en el Anexo 6 de la Circular 2019/95 emitida por el Banco de México.
- Colocación Secundaria: Existe un mercado secundario amplio para estos títulos. En la actualidad se pueden realizar operaciones de compra-venta en directo o en reporto (*operación mediante la cual el intermediario entrega al inversionista los títulos a cambio de su precio actual, o sea el precio nominal menos el descuento, con el propósito de recomprarlos a un plazo determinado, anterior a su vencimiento, reintegrando el precio más un premio; esta operación permite obtener un rendimiento por excedentes de tesorería en periodos breves*), así como operaciones de préstamo de valores. En adición, pueden ser utilizados como activo subyacente en los mercados de instrumentos derivados (futuros y opciones).
- Normatividad: Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 28 de Noviembre de 1977, la Circular 2019/95 emitida por el BANXICO con sus respectivos anexos, y la Ley del Mercado de Valores.
- Identificación de los Títulos: La clave de identificación de la emisión de los CETES está diseñada para que los instrumentos sean fungibles entre sí. Esto es, CETES emitidos con anterioridad y CETES emitidos recientemente pueden tener la misma clave de identificación siempre y cuando venzan en la misma fecha. Para ello, la referida clave está compuesta por ocho caracteres, el primero para identificar el título ("B"), el segundo es un espacio en blanco (sin embargo, al difundirse el espacio en blanco se sustituye por una barra vertical como esta: "|"), y los seis restantes para indicar su fecha de vencimiento (año, mes, día). Como se puede observar, lo relevante para identificar un CETE es su fecha de vencimiento, esto significa que dos CETES emitidos en fechas distintas pero que vencen el mismo día cuentan con la misma clave de identificación, por lo que son indistinguibles entre sí. Ejemplo de clave de identificación de CETES que se emiten el 22 de noviembre de 2007 a plazo de 28 días y que vencen el 20 de diciembre del 2007: **B 071220**.
- Posibles adquirentes: Personas físicas y personas morales de nacionalidad mexicana o extranjera.
- Régimen Fiscal: Las personas físicas están exentas del pago del Impuesto Sobre la Renta por los ingresos que perciban de valores a cargo del Gobierno Federal inscritos en el Registro Nacional de Valores e Intermediarios, como es el caso de los CETES, debido a que dichos ingresos se consideran como una ganancia de capital; las personas morales deben considerar a estos ingresos como parte de sus ingresos acumulables para la determinación de la base gravable para el Impuesto

Sobre la Renta; y los residentes en el extranjero que obtenga intereses que deriven de créditos concedidos al Gobierno Federal, se exceptuarán del pago del Impuesto Sobre la Renta. Lo anterior está fundamentado con base en la fracción VII del artículo 32, el artículo 109, y la fracción IV del artículo 196 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Procedimiento de Subasta para la Colocación de CETES: Como se ha descrito, los CETES son instrumentos emitidos por el Gobierno Federal, por medio del Banco de México que actúa como su agente para la colocación. Dado que se permite la venta a terceros mediante las casas de bolsa como agentes, existe un mercado secundario bien desarrollado, lo cual le otorga cierto grado de liquidez.

A) Mercado Primario: El mercado primario se lleva a cabo por medio de una subasta semanal realizada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y el Banco de México, en la cual pueden participar las casas de bolsa, las instituciones de seguros y las instituciones de crédito, ya sea para posición propia o para terceros. El mecanismo de la subasta consiste en tres pasos:

1.- El viernes de cada semana el Banco de México envía a las distintas instituciones una convocatoria anunciando la subasta a realizarse la siguiente semana. En ésta, el Banco de México informa sobre las características de la subasta, el monto a subastar en cada plazo, el monto mínimo garantizado para posturas no competitivas y la tasa de excepción en cada caso. El monto que el Banco de México decide subastar va a depender de los vencimientos de ofertas pasadas y de la política monetaria y de financiamiento del gobierno. Una vez analizada la convocatoria, las instituciones interesadas deberán enviar sus posturas para participar en las subastas antes de las 13:00 del martes de la semana correspondiente. Cada postor puede entrar a la subasta con el número de posturas que desee; éstas son básicamente de dos tipos, competitivas o no competitivas. La *Postura Competitiva* es la manera tradicional de entrar a la subasta; se somete un determinado monto a cierta tasa de descuento. La *Postura No Competitiva* sirve para minimizar el riesgo de quedar fuera de la asignación de CETES. Para este tipo de postura, el Banco de México garantiza la colocación de un monto mínimo, que se asigna a la tasa promedio ponderado resultante de la subasta. En caso de que el Banco de México decida no asignar posturas competitivas, entonces asigna los CETES a los postores no competitivos a la tasa de excepción previamente anunciada.

2.- Una vez recibidas todas las posturas, donde cada una comprende un monto y una tasa a la cual se compromete el postor, se procede a la subasta. Cada postor puede solicitar más de una postura, de modo que tenga la oportunidad de optar por diferentes tasas. Dentro de la subasta se realizan tres rondas:

- ⇒ La primera involucra únicamente la asignación de los montos mínimos garantizados para las posturas no competitivas. En el caso de los postores que solicitaron un monto mayor al mínimo garantizado, se le asignará en la tercera ronda.
- ⇒ La segunda ronda es la más importante, ya que involucra las posturas competitivas. En esta fase la SHCP revisa la distribución de solicitudes, y asigna la colocación de CETES de acuerdo con su criterio. Bajo circunstancias normales se asignan los montos a aquellos postores que solicitaron tasas iguales o menores a las que el Banco de México está dispuesto a pagar, hasta un máximo del monto total subastado. Las solicitudes que estén fuera del rango de la tasa quedarán sin surtirse. En algunas ocasiones la SHCP decide declarar la asignación de CETES vacía, especialmente cuando no está dispuesta a pagar las tasas solicitadas, o porque cree que puede colocar los CETES en el mercado secundario a una tasa más baja. En este caso se asignan únicamente los montos mínimos garantizados a las posturas no competitivas de la primera ronda.
- ⇒ La última ronda comprende de nuevo las posturas no competitivas, siempre y cuando quede un monto por asignar. Si un postor somete una postura por un monto mayor al mínimo

garantizado, se le asigna la diferencia entre su postura y el monto mínimo asignado en la primera ronda.

3.- Al día siguiente (miércoles) se notifica a los participantes la asignación resultante en su favor, así como los resultados generales de la subasta. Como consecuencia, debe liquidarse la cantidad correspondiente para poder disponer de los CETES a partir del jueves.

La tasa de descuento a la que se colocan los montos aceptados es el promedio ponderado de las tasas de descuento de cada asignación. Esto significa que no existe una tasa única de CETES, sino todo un rango entre la tasa mínima y la tasa máxima varía según el resultado de cada subasta. Puede presentarse a la hora de las solicitudes un rango muy amplio, caracterizado por un gran número de posturas, y a la hora de la asignación el rango puede reducirse especialmente si existe una demanda mayor al monto asignado. Las tasas mínimas de las solicitudes y las asignaciones siempre van a ser las mismas, salvo que la SHCP decida no asignar un monto, ya que siempre va a colocar los CETES a las tasas más bajas posibles. Al estudiar el mecanismo de colocación de los CETES resulta importante observar la función del Banco de México. La banca central participa con la compra de CETES fundamentalmente para dos funciones. La primera es para posesión propia, y la segunda para salir a vender al mercado secundario según la necesidad. Inicialmente los CETES se implementaron como un mecanismo de regulación monetaria en lugar del encaje. Hoy en día, aunque el Banco de México interviene como regulador del mercado, los CETES sirven fundamentalmente como fuente importante de financiamiento del déficit público. Inicialmente el Banco de México anuncia en su convocatoria el monto que va a subastarse: a esto se le llama monto subastado. El total de las posturas que se someten a la subasta se llama monto demandado. La diferencia entre el monto subastado y el monto demandado es un primer indicador del grado de liquidez en el mercado, ya que si el monto demandado es superior al monto subastado significa que existe un excedente de dinero en el sistema financiero que va a buscar colocarse en el mercado secundario. El resultado de la subasta es el monto colocado. El Banco de México adquiere un monto para posición propia, más otra cantidad que cree que puede colocar en el mercado secundario. La suma de lo que adquiere el Banco de México y el monto colocado por medio de la subasta es la oferta pública.

B) Mercado Secundario: A diferencia de lo que sucede en el mercado primario (subasta) las únicas instituciones que participan directamente en el mercado secundario son las casas de bolsa mediante la compra y venta de títulos para terceros. Las casas de bolsa compran o venden CETES, dependiendo de si tienen excedente o faltante con respecto a lo que creen que van a demandar sus clientes, y de cómo sienten que el mercado va a presionar el precio del propio certificado.

Valuación de los CETES

Figura 2. Anuncio de Colocación

Este mensaje aparece con fines informativos

EL GOBIERNO FEDERAL, POR CONDUCTO DE LA SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO,



CERTIFICADOS DE LA TESORERIA DE LA FEDERACION

<p>COLOCA BI071220</p> <p>Fecha de Colocación: 22 de noviembre de 2007 Fecha de Vencimiento: 20 de diciembre de 2007 Plazo: 28 días Valor Nominal: \$10.00 Tasa de Descuento: 7.42% Tasa de Rendimiento: 7.48%</p>	<p>EMITE BI080221 con valor de \$100,000'000,000. (CIENTO MIL MILLONES DE PESOS)</p> <p>Fecha de la Emisión: 22 de noviembre de 2007 Fecha de Vencimiento: 21 de febrero de 2008 Plazo: 91 días Valor Nominal: \$10.00 Tasa de Descuento: 7.50% Tasa de Rendimiento: 7.54%</p>
<p>EMITE BI080522 con valor de \$ 120,000'000,000. (CIENTO VEINTE MIL MILLONES DE PESOS)</p> <p>Fecha de la Emisión: 22 de noviembre de 2007 Fecha de Vencimiento: 22 de mayo de 2008 Plazo: 182 días Valor Nominal: \$10.00 Tasa de Descuento: 7.48% Tasa de Rendimiento: 7.75%</p>	<p>COLOCA BI081023</p> <p>Fecha de Colocación: 22 de noviembre de 2007 Fecha de Vencimiento: 23 de octubre de 2008 Plazo: 338 días Valor Nominal: \$10.00 Tasa de Descuento: 7.32% Tasa de Rendimiento: 7.66%</p>

AGENTE EXCLUSIVO PARA LA COLOCACION Y REDENCION: BANCO DE MEXICO
 Estos títulos se pueden adquirir en Casas de Bolsa, o a través de Instituciones de Crédito

FUENTE: El Financiero, jueves 22 de Noviembre de 2007, p. 12.

a) Cálculo del CETE con clave de identificación **B 071220**.

Usando la fórmula:

$$C = S(1 - dt)$$

Entonces:

$$S = \$ 10.00.$$

$$d = 7.42 \%$$

$$t = 28 \text{ días.}$$

C = Precio de Compra o Precio Descontado del CETE.

Sustituyendo:

$$C = 10 \left(1 - (0.0742) \left(\frac{28}{360} \right) \right)$$

$$C = \$9.9442$$

Por lo tanto el Precio Descontado del CETE **B 071220** con plazo a 28 días será de **\$ 9.9442**.

Ahora bien, si deseamos obtener el valor de la Tasa de Rendimiento del CETE **B 071220**, partiendo de la Tasa de Descuento, la fórmula será la siguiente:

$$i = \frac{d}{1 - dt}$$

Entonces:

$$d = 7.42\%$$

$$t = 28 \text{ días.}$$

Sustituyendo:

$$i = \frac{0.0742}{1 - (0.0742) \left(\frac{28}{360} \right)}$$

$$i = 7.46\%$$

Por lo tanto el valor de la Tasa de Rendimiento del CETE **B 071220** con plazo a 28 días será de **7.46%**.

CONCLUSIONES

Al invertir recursos financieros en el mercado de CETES, el inversionista encontrará un abanico de oportunidades, entre las cuales las más notables son:

- Los CETES se emiten en diferentes plazos, esto propicia que el inversionista tenga el poder de programar sus necesidades de liquidez, al adquirir los certificados con el vencimiento que más le convenga.
- El riesgo de no pago es muy bajo, ya que cuenta con la garantía del Gobierno Federal.
- Al existir un mercado secundario, se pueden vender los títulos (en reporto o en directo) antes de su vencimiento, otorgando liquidez.
- El rendimiento de los CETES funciona como tasa de interés de referencia de un gran número de operaciones financieras.
- Como cualquier instrumento de mercado de dinero, puede presentar una desventaja, que se presenta cuando los CETES se venden antes del vencimiento, debido a que están sujetos a las fluctuaciones de sus precios; con la posibilidad de obtener un rendimiento diferente a lo planteado inicialmente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ayala Brito, Gamaliel y Becerril Sánchez, Betel. (2007). *Finanzas Bursátiles. Tomo I. Sistema Financiero y Mercado de Dinero*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos (IMCP).
- Ayres, Frank Jr. (2001). *Matemáticas Financieras*. México: Mc Graw-Hill.
- Caro R., Efraín.; Vega R., Francisco J. y Gamboa O., Gerardo. (1995). *El Mercado de Valores en México: Estructura y Financiamiento*. México: Ariel Divulgación
- Díaz Mata, Alfredo y Aguilera Gómez, Víctor Manuel. (2005). *El Mercado Bursátil en el Sistema Financiero*. México.
- Díaz Mata, Alfredo y Aguilera Gómez, Víctor Manuel. (2008). *Matemáticas Financieras*. México: Mc Graw-Hill.
- Díaz Mondragón, Manuel. (2004). *Invierta con Éxito en la Bolsa de Valores y Otros Mercados Financieros: Curso Práctico*. México: Gasca SICCO.
- Díaz Mondragón, Manuel. (2006). *Mercados Financieros de México y el Mundo: Instrumentos y Análisis*. México: Gasca SICCO.
- Flory, Dieck. (2004). *Instituciones Financieras*. México: Mc Graw-Hill.
- García Padilla, Víctor. (2006). *Introducción a las Finanzas*. México: CECSA.

- Herrera Avendaño, Carlos Eduardo. (2003). *Bolsa de Valores y Mercados Financieros*. México: Gasca SICCO.
- Herrera Avendaño, Carlos Eduardo. (2003). *Fuentes de Financiamiento*. México: Gasca SICCO.
- Herrera Avendaño, Carlos Eduardo. (2005). *Mercados Financieros: Texto Académico*. México: Gasca SICCO.
- Kozikowski Zarka, Zbigniew. (2007). *Matemáticas Financieras: El valor del dinero en el tiempo*. México: Mc Graw-Hill.
- Marmolejo G., Martín. (1997). *Inversiones: Práctica, Metodología, Estrategia y Filosofía*. México: Publicaciones IMEF.
- Menchaca Trejo, Mauricio. (1998). *El Mercado de Dinero en México*. México: Trillas.
- Ortega Castro, Alfonso. (2004). *Introducción a las Finanzas*. México: Mc Graw-Hill.
- Rueda, Arturo. (2005). *Para Entender la Bolsa: Financiamiento e Inversión en el Mercado de Valores*. México: Thomson.
- Tostado Farías, Enrique. (2005). *Terminología Financiera*. México: Gasca SICCO.
- Ugarte, José Manuel. (1999). *Las Instituciones del Sistema Financiero*. México: Tercer Milenio.
- Vidaurri Aguirre, Héctor Manuel. (2008). *Matemáticas Financieras*. México: Thomson.
- Villegas Hernández, Eduardo y Ortega Ochoa, Rosa María. (2002). *Sistema Financiero de México*. México: Mc Graw-Hill.

EL COSTO DE CAPITAL PROMEDIO PONDERADO COMO INDICADOR DE UNA VENTAJA COMPETITIVA FINANCIERA

José Rafael Aguilera Aguilera
Dinorah Joyce Chávez Nieto

cp_aguilera@hotmail.com
di_joyce@hotmail.com

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

El presente trabajo es el resultado de una investigación de enfoque cuantitativo, alcance descriptivo y diseño transeccional, efectuado con el fin de utilizar el Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP) como un indicador de la existencia o ausencia de una ventaja competitiva financiera. El objetivo principal es describir la estrategia financiera que permita a las empresas la creación de la ventaja indicada con anterioridad.

Por lo anterior, la investigación se enfoca en el análisis del costo financiero de cada una de las fuentes de financiamiento que integran la estructura de capital de las empresas; concluyendo que si se logra una reducción de dicho costo, se crea una ventaja financiera, la cual origina una ventaja competitiva financiera y por consiguiente es susceptible de ser medida y comparada mediante la utilización del CCPP.

Palabras clave: Costo de Capital Promedio Ponderado, Ventaja Competitiva, Ventaja Competitiva Financiera, Estrategia Financiera, Estructura de Capital.

Abstract

This work is the result of an investigation of a quantitative approach, scope and design transactional descriptive, conducted in order to use the Weighted Average Cost of Capital (WACC) as an indicator of the existence or absence of a financial advantage. The main objective is to describe the financial strategy that allows companies to create the advantage mentioned above.

Therefore, the research focuses on analyzing the financial cost of each of the funding sources that make up the capital structure of companies, concluding that if it achieves a reduction in such costs, it creates a financial advantage, which creates a financial advantage and is therefore capable of being measured and compared by using the WACC.

Key words: Weighted Average Cost of Capital, Competitive Advantage, Competitive Advantage Financial, Financial Strategy, Capital Structure.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, la globalización se ha venido presentando como un proceso económico, tecnológico, social y cultural a gran escala, que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unificando sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global.

La globalización en sí misma es un proceso continuo y dinámico, que desafía las leyes de los países en su forma de regular el funcionamiento de empresas y el comportamiento económico de los individuos a nivel internacional que, si bien pueden dar trabajo a la mano de obra desocupada o ser

los contratados, también pueden beneficiarse de irregularidades y debilidades subsistentes en un determinado país.

Ante todos los cambios generados por la globalización, podemos decir que ésta ha generado que las empresas de los distintos países se encuentren en una constante búsqueda de aquellas estrategias que les generen una ventaja ante sus competidores y les permitan ser competitivos.

La situación antes descrita, también es inherente a nuestro país, y ha afectado a todas las empresas, ya sea que se dediquen a actividades primarias, secundarias y/o terciarias.

Es por ello que la preocupación de gerentes, administradores y ejecutivos de las empresas se ha centrado en la creación de valor para la empresa y la valoración de las mismas a través de las diversas metodologías que se han desarrollado tales como, balance, resultados, métodos mixtos o flujo de efectivo operacional (González, 2011), dentro de las cuales implícitamente una parte esencial para determinar dicho valor lo constituye la determinación del costo financiero de las fuentes de financiamiento tanto internas como externas, ya sea, a través de deuda o capital, mismas que constituyen la estructura de capital de la empresa y la cual permite determinar el Costo de Capital Promedio Ponderado, objeto de la presente investigación como indicador de la existencia o ausencia de una Ventaja Competitiva Financiera.

REFERENCIAS

Existen diferentes conceptualizaciones, que varían de lo sencillo a lo sofisticado para definir la competitividad. En el primer caso, es común asociar competitividad con una mayor productividad, de tal suerte que los términos pueden ser usados de manera intercambiable. Otras nociones se centran sobre la penetración en los mercados internacionales y en flujos de inversión en el extranjero, así como en los costos unitarios de la fuerza de trabajo.

De acuerdo con el Reporte Mundial de Competitividad, se tienen tres diferentes niveles de competitividad: 1) Nivel país, considera hasta qué punto el ambiente nacional es favorable a los negocios; 2) Nivel sector, enfatiza si un sector en particular ofrece potencial para crecer y un atractivo rendimiento sobre la inversión; y 3) Nivel empresa, enmarca la habilidad para diseñar, producir y mercadear bienes y servicios, cuyas cualidades de precios y no precios forman un paquete de beneficios más atractivo que el de los competidores (Aguilar, 1995).

En el caso de México, por ejemplo, de acuerdo con la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial¹³⁹ (SECOFI), se tienen cinco factores que explican la competitividad: 1) Ambiente con reglas claras y permanentes; 2) Economías de escala; 3) Economías de especialización (particularmente importantes para las pequeñas y medianas empresas); 4) Adopción rápida y ágil de la tecnología apropiada (incluyendo los procesos de producción compartida); y 5) Mercados funcionando correctamente.

La competitividad involucra mucho más que los cinco puntos anteriores, entre los que no figuran, por mencionar sólo algunos elementos, como la formación de recursos humanos calificados, adecuada infraestructura de comunicaciones y transportes y, más que reglas claras y mercados que funcionan correctamente, una política industrial comprensiva de largo plazo en la que la capacidad científica y tecnológica reciba la máxima prioridad.

¹³⁹ Actualmente, ya no existe la SECOFI; ésta pasó a formar parte de la Secretaría de Economía (SE).

Por su parte, el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), a través de un estudio sobre la competitividad de la economía mexicana, reconoce que ésta es el resultado de una compleja interacción de factores, por lo que es prácticamente imposible expresarla a través de un solo indicador; por lo que señala como determinantes fundamentales de competitividad, entre otros, los costos de los insumos intermedios y de los factores de producción, la productividad de los mismos, los precios de los productos terminados, el régimen impositivo, la organización de los mercados y los sistemas de distribución. En consecuencia, más que presentar un índice global, el estudio del INEGI considera una serie de indicadores de competitividad nacional, enfatizando que ninguno de ellos por sí solo explica la posición competitiva del país.

Por competitividad debe entenderse una actitud para competir, actitud, que en primer lugar lleva implícito querer competir, y en segundo lugar el tener la capacidad para hacerlo. Competir proviene del latín tardío *competere* que significa “*esforzarse conjuntamente*”, y más antiguamente de *cum* que se refiere a “*acordar*” y *peter* que indica “*intentar*”; por lo que la capacidad para hacerlo requiere de una preparación para hacer frente a la competencia y a las acciones que realizan las demás empresas que intervienen en la lucha por conseguir o reafirmar posiciones en los diferentes mercados.

De tal forma, que la competitividad puede definirse según Porter (1991: 855) como “la producción de bienes y servicios de mayor calidad y de menor precio por los competidores domésticos e internacionales, que se traduce en crecientes beneficios para los habitantes de una nación al mantener y aumentar los ingresos reales”.

Para Sánchez Barajas (2009: 25), la competitividad “es la capacidad que tiene una empresa para penetrar, consolidar o ampliar su participación en un mercado”.

Por otro lado, la expresión competitividad también es utilizada para comparar la estructura de costos del proceso de producción, principalmente mano de obra y materias primas, tecnología, diferenciación de productos y tamaño del mercado, entre otros factores, de un productor con respecto a otros productores internos o externos de productos con igual calidad.

De modo que, una vez descrito lo anterior, no podemos decir que existe una buena o mala definición de competitividad, ni que a una le sobra o le falta algo, ya que cada una depende del enfoque que se pretende mostrar, el ámbito para el cual se aplicará, etcétera.

Ahora bien, la estrategia competitiva es la búsqueda de una posición favorable dentro de una industria, escenario fundamental donde se lleva a cabo la competencia. Su finalidad es establecer una posición rentable y sustentable frente a las fuerzas que rigen la competencia en la industria.

La selección de la estrategia competitiva se fundamenta en dos aspectos centrales: El primero es el atractivo de los sectores industriales desde la perspectiva de la rentabilidad y de los factores que depende y el segundo aspecto son los factores de la posición competitiva que se ocupa dentro de un sector industrial. Los dos aspectos son dinámicos, ya que de manera constante cambia el atractivo de la industria y la posición competitiva. Así, una empresa puede mejorar o deteriorar considerablemente su posición dentro de dicho sector al escoger una estrategia.

El fin principal de la estrategia es enfrentar las reglas de la competencia, las cuales están contenidas en cinco fuerzas de la competencia: 1) La entrada de más competidores; 2) La amenaza de los bienes o productos sustitutos; 3) El poder negociador de los compradores; 4) El poder negociador de los proveedores; y 5) La rivalidad entre los competidores actuales.

La fuerza combinada de los cinco factores determina la capacidad de las compañías de un sector industrial para ganar en promedio tasas de rendimiento sobre la inversión que superen el costo del capital. Así, los cinco factores determinan la rentabilidad de la industria porque influyen en los precios, en los costos y en la inversión que deben realizar las compañías, es decir, en los elementos del rendimiento.

De acuerdo con Michael E. Porter¹⁴⁰, existen tres estrategias genéricas para lograr un desempeño superior al promedio de la industria: liderazgo en costos, concentración en los costos y concentración en la diferenciación (Porter, 2002).

Cada una de las estrategias requiere una forma especial de alcanzar la ventaja competitiva: integra la elección del tipo de ventaja competitiva deseada y el ámbito del objetivo estratégico donde deberá obtenerse.

El concepto de las estrategias genéricas se basa en que la ventaja competitiva constituye la esencia de cualquier estrategia y en que para lograrla es indispensable tomar una decisión; si la compañía quiere alcanzar la ventaja competitiva, deberá escoger la clase que desea obtener y el ámbito donde lo hará.

El interés de la investigación, se centró en el liderazgo en costos, el cual consiste en que la organización se propone convertirse en el fabricante de costo bajo de su industria.

Si una compañía logra el liderazgo global en costos y lo mantiene, será un participante por arriba del promedio en su sector industrial a condición de que pueda controlar los precios en el promedio de la industria o cerca de él. Su posición origina rendimientos mayores con precios equivalentes o más bajos de los de los rivales.

Un líder en costos debe alcanzar la paridad o proximidad en la diferenciación frente a la competencia para ser un participante destacado, aunque su ventaja competitiva se funde en el liderazgo en costos.

El diseño de una estrategia competitiva consiste en crear una “fórmula” general de cómo una empresa va a competir, cuáles serán sus metas y qué políticas se requerirán para alcanzarlas. Por ello, una estrategia competitiva es una combinación de fines (metas) que busca la compañía y de medios (políticas) con que trata de alcanzarlos.

Ahora bien, para formular la estrategia competitiva es necesario examinar los cuatro factores que determinan los límites de lo que la compañía podrá lograr. Sus puntos fuertes y débiles representan su perfil de activos y sus habilidades en relación con la competencia como recursos, situación tecnológica, identificación de marca, entre otras cosas. Los valores personales son los motivos y necesidades de los principales ejecutivos y de otros empleados que se encargan de implantar la estrategia escogida. Los puntos fuertes y débiles, combinados con los valores, determinan los límites externos de la estrategia competitiva que una compañía puede adoptar exitosamente.

¹⁴⁰ Ingeniero mecánico y aeroespacial de Princeton, y MBA y Doctor en Economía Empresarial de Harvard, quien es considerado uno de los padres de la estrategia competitiva.

De modo que, una vez descritos los aspectos más importantes e inherentes a la creación de una estrategia competitiva, el camino de acción elegido será, crear una estrategia competitiva enfocada a las “finanzas y control”, es decir, una estrategia competitiva financiera, la cual puede ser definida como todas aquellas acciones, ya sean ofensivas o defensivas, destinadas a la obtención, manejo y aplicación de los recursos de una empresa, las cuales le permitirán mantener o mejorar su posición competitiva en el entorno que la rodea.

Como complemento a lo anterior, cualquier ventaja competitiva nace fundamentalmente del valor que una empresa logra crear para sus clientes y que supera los costos de ello; dicho en otras palabras, es el valor que una empresa es capaz de crear para sus compradores, que exceda el costo de esa empresa por crearlo. El valor es lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el valor superior sale de ofrecer precios más bajos que los competidores por beneficios equivalentes o por proporcionar beneficios únicos que justifiquen un precio mayor.

De tal forma, que una ventaja competitiva describirá la forma en que una empresa puede elegir e implementar una estrategia genérica, para lograr y mantener la ventaja competitiva.

Por otro lado, la ventaja competitiva no puede ser comprendida viendo a una empresa como un todo. Radica en las muchas actividades discretas que desempeña una empresa en el diseño, producción, mercadotecnia, entrega y apoyo de sus productos.

Existen dos tipos de ventaja competitiva: 1) La diferenciación, una empresa se diferencia de sus competidores si puede ser única en algo que sea valioso para los compradores; y 2) El liderazgo en costos, donde los estudios sobre el tema tienden a concentrarse en los costos de manufactura, pero no consideran el impacto que actividades como mercadotecnia, servicio e infraestructura o financiamiento tienen en la posición relativa. Una compañía tendrá este tipo de ventaja si el costo acumulado de realizar todas las actividades de valor es menor que el de sus competidores. La utilidad estratégica de la ventaja depende de su sustentabilidad, y la habrá si a ellos les resulta difícil reproducirla o imitarla.

Por lo tanto, una ventaja competitiva financiera será aquella característica o características que diferencien a la empresa de sus competidores y la cual le permita alcanzar utilidades o rendimientos superiores, de manera sostenible en el tiempo.

Ahora bien, una vez definida la ventaja competitiva financiera, se optó por desarrollar una ventaja competitiva de liderazgo en costo, en donde, se medirá el costo financiero, utilizando el Costo de Capital Promedio Ponderado, como indicador de la existencia de la ventaja antes descrita.

La estructura de capital de cualquier empresa está formada por una combinación específica de deuda y capital accionario, los cuales se denominan componentes de capital. Dichos componentes de capital a su vez generan un costo, el cual es conocido como *costo del componente* de cada tipo de financiamiento.

De tal forma que el costo de capital “es lo que le cuesta a una compañía el financiamiento de largo plazo que usan las empresas para obtener fondos necesarios y adquirir los activos que les facilitarán realizar sus operaciones” (Morales & Morales, 2008); o bien, como lo define Gitman (2007: 403) “es

la tasa de retorno que una empresa debe obtener de los proyectos en los que invierte para mantener su valor de mercado y atraer fondos”.

Por otro lado Besley y Brigham (2009: 442) lo definen como “el costo promedio de los fondos de la empresa, que es el rendimiento promedio requerido por los inversionistas de la empresa, el cual debe pagarse para atraer dichos fondos”, de modo que, el costo de capital de una empresa representa la tasa de rendimiento mínima que se debe obtener de las inversiones y asegurar que el valor de la empresa no disminuya.

Una definición más sencilla pero no menos importante es la señalada por Block y Hirt (2008: G-4), al definirlo como el “costo de las fuentes alternativas de financiamiento para la empresa”.

Este costo por lo general se asocia con el costo para mantener los pasivos a largo plazo y el costo del capital contable, que se integra por las acciones comunes, acciones preferentes y utilidades retenidas.

COSTO DE LA DEUDA: D_c

El costo de la deuda “es el rendimiento que los acreedores de una empresa piden por nuevos préstamos” (Ross, 2010), en otras palabras, “es el rendimiento que los prestamistas piden por la deuda de la empresa” (Ross, 2010). También se puede apreciar como “el costo después de impuestos el día de hoy de la recaudación de fondos a largo plazo a través de préstamos” (Gitman, 2007).

El costo de la deuda después de impuestos sirve para calcular el costo promedio ponderado de capital y se calcula con la tasa de interés de la deuda (D_i), menos los ahorros tributarios que se logran porque los intereses son deducibles. Equivale a D_{caT} multiplicado por $(1-T)$, donde T es la tasa tributaria que debe pagar la empresa.

Con lo anterior coinciden Besley y Brigham (2009: 444), al referirse al costo de la deuda después de impuestos como “la tasa de interés sobre la deuda... menos los ahorros fiscales que resultan debido a que los intereses son deducibles de impuestos”.

Algo muy similar, sólo con variaciones de algunas palabras, es lo que mencionan Brigham y Houston (2008: 360) indicando que “es la tasa de interés de la deuda... menos los ahorros tributarios que se logran porque los intereses son deducibles”.

Y nuevamente se confirma cuando Ehrhardt y Brigham (2007: 279) lo definen como “la tasa de la deuda... menos los ahorros fiscales que se consiguen porque los intereses son deducibles”. Por ejemplo, supongamos que una empresa obtiene un préstamo a una tasa de interés del 10% y la tasa tributaria es del 40%.

$$\begin{aligned} E_c &= D_{caT} (1 - T) \\ D_c &= 0.10(1 - 0.40) \\ D_c &= 0.06 \\ D_c &= 6\% \end{aligned}$$

El costo de la deuda después de impuestos sería del 6%.

COSTO DE LAS ACCIONES PREFERENTES: A_{pc}

Es la “tasa de rendimiento que los inversionistas exigen de las acciones preferentes” (Brigham & Houston, 2008). Esta definición se refuerza con Besley y Brigham (2009: 446) al coincidir en que “es la tasa de rendimiento que los inversionistas requieren sobre las acciones preferentes de la empresa”.

Otra forma de apreciar este costo es como la “razón entre el dividendo de las acciones preferentes y los beneficios netos de la empresa obtenidos de la venta de las acciones preferentes” (Gitman, 2007).

Una definición más sencilla pero no menos importante es la señalada por Ehrhardt y Brigham (2007: 628), al decir que es el “rendimiento exigido por los accionistas preferentes de la empresa”.

Se calcula de la siguiente manera: el dividendo preferente (D_p) dividido entre el precio actual (P_a).

$$A_{pc} = \frac{D_p}{P_a}$$

Por ejemplo, supongamos que una empresa tiene acciones preferentes las cuales pagan un dividendo de \$10.00 y que se venden a \$97.50 cada una en el mercado abierto.

$$\begin{aligned} A_{pc} &= \frac{10}{97.5} \\ A_{pc} &= 0.103 \\ A_{pc} &= 10.3\% \end{aligned}$$

Por lo tanto el costo de una acción preferente será de 10.30%.

Cuando se manejan acciones se puede incurrir o no en costos de flotación, por lo que se modifica la expresión para determinar su costo de la siguiente forma:

$$A_{pc} = \frac{D_p}{P_a - F_c}$$

COSTO DE LAS ACCIONES COMUNES: A_c

“Es el rendimiento exigido por los accionistas comunes de la empresa” (Ehrhardt & Brigham, 2007).

Gitman (2007: 411) lo define como “la tasa a la que los inversionistas descuentan los dividendos esperados de la empresa para determinar su valor accionario”.

Para Besley y Brigham (2009: 450) es el “costo del capital contable externo”, similar al costo de las utilidades retenidas, pero más alto debido a los costos de flotación.

Utilizando la misma perspectiva anterior coinciden Brigham y Houston (2008: 363) al decir que es el “costo del capital reunido al emitir acciones nuevas, o sea capital externo”.

Usualmente se puede optar por dos técnicas para medir el costo del capital en acciones comunes. Una se basa en el modelo de valoración de crecimiento constante (GORDON) y la otra en el modelo de precios de activos de capital (CAPM).

MODELO DE VALORACIÓN DE CRECIMIENTO CONSTANTE (GORDON)

También conocido como modelo de Gordon, asume que el valor de una acción es igual al valor presente de todos los dividendos futuros, (que se supone crecerán a una tasa constante anual) durante un espacio de tiempo infinito. La expresión para este modelo es:

$$Ac_c = \frac{D_1}{P_0} + g$$

Donde:

D_1 = Dividendo por acción esperado al final del año 1.

P_0 = Valor de acciones comunes.

g = Tasa de crecimiento constante de dividendos.

Por ejemplo, supongamos que una empresa desea determinar su costo de capital en acciones comunes. El precio de mercado de sus acciones comunes es de \$50.00 por acción. La empresa espera pagar un dividendo de \$4.00 al final del próximo año y espera un crecimiento anual de dividendos del 5%.

$$\begin{aligned} Ac_c &= \frac{4}{50} + 0.05 \\ Ac_c &= 0.13 \\ Ac_c &= 13\% \end{aligned}$$

Por lo tanto, el costo de las acciones comunes será de 13%.

Cuando exista costo de flotación, éste debe ser considerado, modificándose la expresión de la siguiente manera:

$$Ac_c = \frac{D_1}{P_0(1 - F_c)} + g$$

Por ejemplo, supongamos que una empresa desea determinar su costo de capital en acciones comunes. El precio de mercado de sus acciones comunes es de \$23.00 por acción. La empresa espera pagar un dividendo de \$1.31 al final del próximo año, generar un crecimiento anual de dividendos del 8% e incurrir en costos de flotación del 10%.

$$\begin{aligned} Ac_c &= \frac{1.31}{23(1 - 0.10)} + 0.08 \\ Ac_c &= 0.143 \\ Ac_c &= 14.3\% \end{aligned}$$

Por lo tanto, el costo de las acciones comunes será de 14.3%.

CAPITAL ASSET PRICING MODEL (CAPM)

Describe la relación entre el retorno requerido y el riesgo no diversificable de la empresa medido por el coeficiente beta. Se calcula mediante la expresión:

$$Ac_c = Lr_f + (M_t - Pr_f)\beta$$

Donde:

Lr_i = Tasa de retorno libre de riesgo.

M_i = Tasa de retorno o rendimiento de mercado.

$(M_i - Pr_i)$ = Prima de riesgo de mercado.

β = Coeficiente beta.

Por ejemplo, supongamos que una empresa desea calcular su costo de capital en acciones comunes usando el modelo de precios de activos de capital. Los asesores de inversión de la empresa y los propios análisis de ésta indican que la tasa de retorno libre de riesgo es igual al 7%, el coeficiente beta de la empresa es de 1.5 y la tasa de retorno de mercado es igual al 11%.

$$\begin{aligned}K_e &= 0.07 + (0.11 - 0.07)1.5 \\K_e &= 0.13 \\K_e &= 13\%\end{aligned}$$

Por lo tanto, el costo de las acciones comunes será de 13%.

COSTO DE LAS UTILIDADES RETENIDAS: U_r

Las utilidades retenidas “representan las utilidades pasadas y presentes de la empresa menos los dividendos distribuidos con anterioridad” (Block & Hirt, 2008).

Según Gitman (2007: 413), el costo de las utilidades retenidas es “igual al costo de una emisión equivalente completamente suscrita de acciones comunes adicionales”.

Besley y Brigham (2009: 446) lo definen como la “tasa de rendimiento requerida por los accionistas sobre el capital social de una empresa”.

Para Brigham y Houston (2008: 363) es la “tasa de rendimiento exigida por los tenedores de acciones comunes de la compañía”.

Si consideramos a las utilidades retenidas como una emisión suscrita completamente de acciones comunes adicionales, podemos establecer que el costo de las ganancias o de las utilidades retenidas de la empresa es igual al costo de capital en acciones comunes, y por lo tanto las formas de determinarlo son las mismas que ya se expusieron anteriormente.

COSTO DE CAPITAL PROMEDIO PONDERADO (CCPP) O WEIGHTED AVERAGE COST OF CAPITAL (WACC)

“Simplemente representa el costo promedio de cada unidad monetaria de financiamiento, sin importar su fuente, que la empresa utiliza para comprar activos” (Besley & Brigham, 2009), es decir, representa el rendimiento mínimo que la empresa necesita obtener sobre sus inversiones (activos) para mantener su nivel de riqueza actual.

Según Ross (2010: 446) es el costo “promedio ponderado del capital accionario y el costo de la deuda después de impuestos”.

Gitman (2007: 415) señala que este costo, “refleja el costo futuro promedio esperado de los fondos a largo plazo”.

Para Brigham y Houston (2008: 371), es un “promedio ponderado de los costos de la deuda, de las acciones preferentes y capital accionario” (acciones comunes).

Ehrhardt y Brigham (2007: 629), lo definen como el “promedio de los costos componentes después de impuestos de capital-deuda, de acciones preferentes y de patrimonio común”, en donde cada factor es la proporción de ese tipo de capital en su estructura óptima.

El cálculo del costo promedio ponderado de capital (CPPC) es sencillo, ya que únicamente se multiplica el costo específico de cada fuente de financiamiento por su proporción en la estructura de capital de la empresa, y se suman los valores multiplicados.

Ejemplo 1. Supongamos que una empresa nos proporciona la siguiente información:

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	IMPORTE	COSTO
Crédito BANCOMER	\$3,000.00	15%
Crédito BANAMEX	2,500.00	30%
Documentos por pagar	500.00	40%
Acciones comunes	1,000.00	50%
Acciones preferentes	3,000.00	60%

Para efectos de efectuar el cálculo respectivo, se utilizará una tasa impositiva del 30%, teniendo entonces que:

FUENTE DE FINANCIAMIENTO	IMPORTE	COSTO (1)	PONDERACIÓN (2)	TASA DE IMPUESTO (3)	COSTO PONDERADO (1)(2)(3)
Crédito BANCOMER	\$ 3,000.00	0.15	0.30	0.70	0.0315
Crédito BANAMEX	2,500.00	0.30	0.25	0.70	0.0525
Documentos por pagar	500.00	0.40	0.05	0.70	0.0140
Acciones comunes	1,000.00	0.50	0.10	N/A	0.0500
Acciones preferente	3,000.00	0.60	0.30	N/A	0.1800
	\$10,000.00		1.00		0.3280

Por lo tanto, el Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC) es igual a 32.80%.

RESULTADOS

Se consideró una muestra de cinco empresas representativas de empresas exportadoras michoacanas de fresa y a través de la realización de entrevistas al personal del área de contabilidad de cada una de ellas, fue posible obtener la información necesaria para comprobar la investigación.

Con base en la información obtenida, se efectuaron todos los cálculos necesarios para determinar el Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP) de cada empresa con las fuentes de financiamiento que utilizan actualmente.

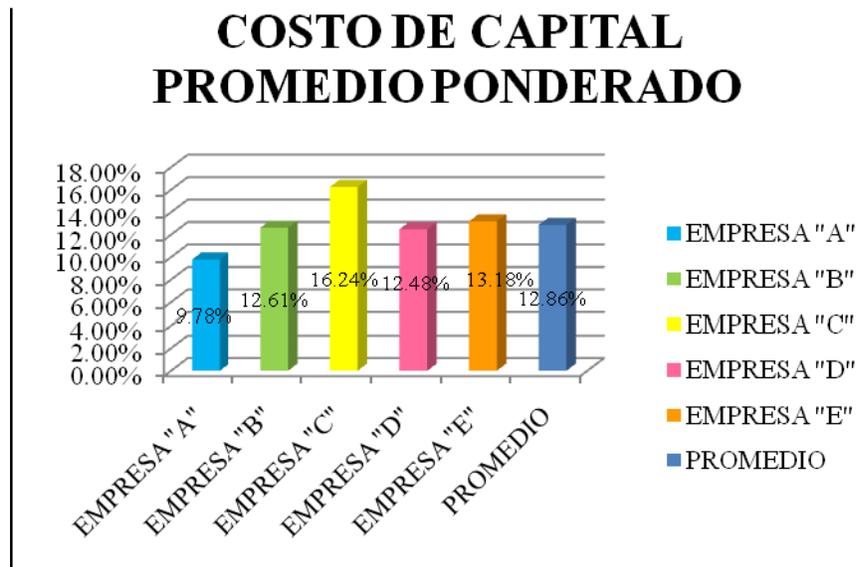
Y una vez que se determinó el Costo Promedio Ponderado de Capital de cada una de las empresas se efectuó el cálculo del promedio de esos CPPC, el cual arrojó como resultado, que éste es igual a 12.86%.

TABLA 1. Resumen del Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP) actual utilizando el costo financiero de las fuentes de financiamiento actuales de las empresas muestra de estudio

EMPRESA	COSTO DE CAPITAL PROMEDIO PONDERADO (CCPP)
“A”	9.78%
“B”	12.61%
“C”	16.24%
“D”	12.48%
“E”	13.18%
PROMEDIO	12.86%

FUENTE: Elaboración propia con datos proporcionados por la propia empresa.

GRÁFICA 1. Representación gráfica del Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP) de las empresas muestra de estudio



FUENTE: Elaboración propia con datos proporcionados por la propia empresa.

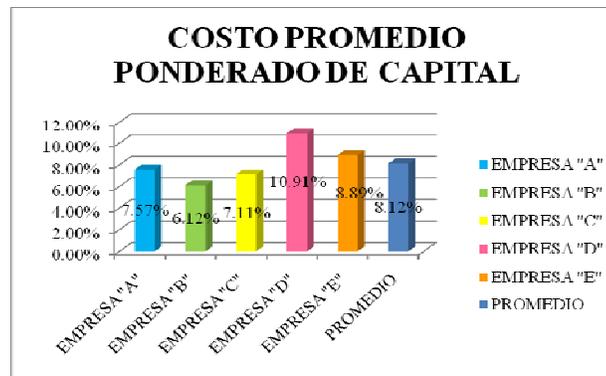
Una vez que se determinó el CCPP, se procedió a efectuar este cálculo nuevamente pero con la variante de cambiar las fuentes de financiamiento utilizadas por otras menos diversificadas o no utilizadas por desconocimiento de su existencia o falta de experiencia en su utilización pues se requiere de conocimientos más específicos sobre valuación de instrumentos financieros, pero que representan costos más bajos. Los resultados obtenidos fueron los siguientes

TABLA 2. Resumen del Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP) si utilizaran nuevas fuentes de financiamiento las empresas muestra de estudio

EMPRESA	COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL (CPPC)
“A”	7.57%
“B”	6.12%
“C”	7.11%
“D”	10.93%
“E”	8.89%
PROMEDIO	8.12%

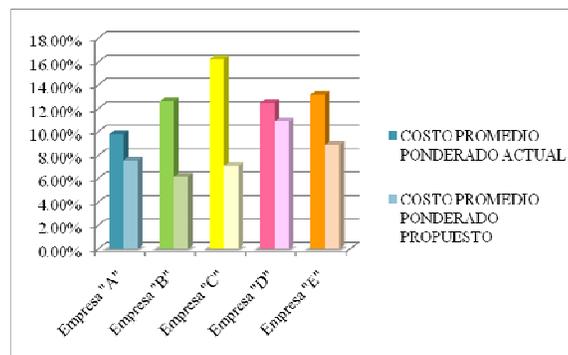
FUENTE: Elaboración propia con datos proporcionados por la propia empresa y propuestos.

GRÁFICA 2. Representación gráfica del Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP) si utilizaran nuevas fuentes de financiamiento las empresas muestra de estudio



FUENTE: Elaboración propia con datos proporcionados por la propia empresa y propuestos.

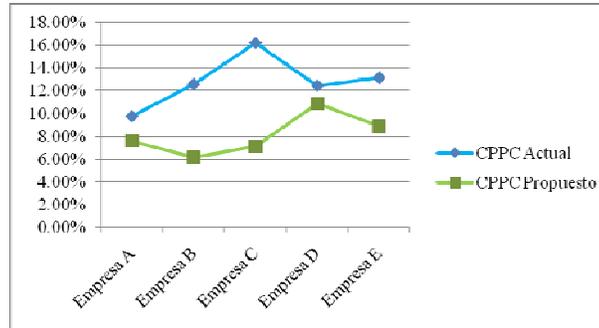
GRÁFICA 3. Representación gráfica comparativa del Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP) utilizando las fuentes de financiamiento actuales y utilizaran nuevas fuentes de financiamiento las empresas muestra de estudio



FUENTE: Elaboración propia con datos proporcionados por la propia empresa y propuestos.

De tal forma que el resultado final de la investigación, si se cambian las fuentes de financiamiento que utilizan actualmente las empresas muestra una disminución promedio de aproximadamente el 4.74% del CCPP.

GRÁFICA 4. Comparativa del Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP) utilizando las fuentes de financiamiento actuales y utilizaran nuevas fuentes de financiamiento las empresas muestra de estudio



FUENTE: Elaboración propia con datos proporcionados por la propia empresa y propuestos.

CONCLUSIONES

Después de haber efectuado la presente investigación, se concluye lo siguiente:

- ☆ La selección de una adecuada estrategia competitiva financiera, crea una ventaja competitiva financiera para las empresas.
- ☆ La reducción del costo financiero de cada una de las fuentes de financiamiento utilizadas por las empresas, reduce a su vez el Costo de Capital Promedio Ponderado de las mismas.
- ☆ La disminución del Costo Promedio Ponderado de Capital, constituye una estrategia competitiva financiera a utilizar por estas empresas.
- ☆ Al desarrollar las empresas una estrategia competitiva financiera, se incrementa su competitividad y como consecuencia de ello, se crea una ventaja competitiva financiera.
- ☆ Finalmente, el Costo de Capital Promedio Ponderado puede utilizarse como un indicador de la existencia de una ventaja competitiva financiera y como el porcentaje al cual se descuenten los flujos de efectivo generados por las empresas para determinar el valor de las mismas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros:

- Aguilar Barajas, Ismael. (1995). *Competitividad Industrial: Algunas Lecciones para México*. México: Centro de Estudios Estratégicos del ITESM.
- Besley, Scott y Brigham, Eugene F. (2009). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: CENGAGE Learning.
- Block, Stanley B. y Hirt, Geoffrey A. (2008). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: McGraw Hill.
- Brigham, Eugene F. y Houston, Joel F. (2008). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: CENGAGE Learning.
- Ehrhardt, Michael C. y Brigham, Eugene F. (2007). *Finanzas Corporativas*. México: CENGAGE Learning.
- Gitman, Lawrence J. (2007). *Principios de Administración Financiera*. México: Pearson.
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Morales Castro, José Antonio y Morales Castro, Arturo. (2008). *El Lenguaje de los Financieros*. México: Grupo Patria Cultural S.A. de C.V.
- Porter, Michael E. (1991). *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. Buenos Aires: Javier Vergar.
- Porter, Michael E. (2002). *Ventaja Competitiva: Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior*. México: CECSA.
- Porter, Michael E. (2004). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia*. México: CECSA.
- Ross Westerfield, Jordan. (2010). *Fundamentos de Finanzas Corporativas*. México: McGraw Hill.
- Sánchez Barajas, Genaro. (2009). *Las Micro y Pequeñas Empresas Mexicanas ante la Crisis del Paradigma Económico de 2009*. Málaga: Universidad de Málaga.

Artículos:

- González, Mario A. (2010). *Ejecutivos de Finanzas*. Año XL. Número 103, 38-44.

REGULACIONES PARA EL CRÉDITO HIPOTECARIO EN MÉXICO

José Serrano Heredia ppepe10@yahoo.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Gabriela A. Serrano Heredia gabyalbertina@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

Se realiza un análisis de algunas regulaciones adicionales que se sugieren deben establecerse a la par de las vigentes en las instituciones financieras que ofertan créditos hipotecarios, para mejorar su colocación en México.

Palabras clave: Vivienda, Crédito, Financiamiento, Regulaciones, Hipoteca.

Abstract

An analysis of some suggested additional regulations should be established on a par with those prevailing in the financial institutions that offer mortgage loans to improve their placement in Mexico.

Key words: Housing, Credit, Financial, Regulations, Mortgage loans.

Introducción

Según Borja Martínez. (1991), el Sistema Financiero es “el conjunto de instituciones que generan, captan, administran, orientan y dirigen tanto el ahorro como la inversión”. Para la economía, ayuda en la movilidad de fondos y a mejorar el bienestar económico de la sociedad si opera eficientemente, con un beneficio directo para la economía, ya que al canalizarse crédito crea empleo, proporcionando un ingreso que alienta la demanda interna en un país, reflejándose en mayores niveles de producción y de empleo, con un impacto positivo en el crecimiento. ”El Sistema Financiero, en cualquier economía, se constituye por un conjunto de mercados, instituciones y mecanismos legales”. Es uno de los sectores con más reglamentación en nuestra economía y el gobierno es quien debe cumplir y garantizar su solidez, mejorar el control de la política monetaria, proveer de información real al inversionista, alentar la adquisición de la vivienda. Son las instituciones públicas las encargadas de llevar a cabo las actividades reguladoras que supervisan y reglamentan las operaciones crediticias que se llevan a cabo, y la política general monetaria fijada por el gobierno mexicano, a través de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, además del Banco de México.

Objetivo e importancia del Sistema Financiero

De acuerdo a Clavijo, Fernando. (2007), es de gran importancia para el desarrollo económico de un país, su objetivo es coadyuvar a las metas macroeconómicas del gobierno como la generación del ahorro nacional con un uso productivo y eficiente de los recursos monetarios para apoyar el crecimiento económico mediante la ampliación de los mercados financieros por medio de la instrumentación de política. La función primaria de las entidades que conforman al Sistema Financiero es canalizar los recursos a quien los requiere, a esto se le conoce con el nombre de Intermediación Financiera, que consiste en la reunión de los ahorradores y los demandantes de crédito, ayudando a transferir fondos de los ahorradores hacia los solicitantes de crédito.

Intermediarios Financieros.

Los intermediarios financieros, son llamados así por su función de intermediación entre los ahorradores y deudores, son representados entre otros, principalmente por los bancos. Son los mercados financieros los que permiten la movilización de los fondos que se pueden clasificar como:

- ✓ Mercados accionarios y de deuda;
- ✓ Mercado de dinero y capitales;
- ✓ Mercado primario y secundario,
- ✓ Mercado bursátil y de mostrador.

Se clasifican en:

De manera general:

- ✓ Intermediarios Financieros Bancarios (organismos que cuentan con la autorización de la SHCP para poder realizar operaciones de crédito, brindando además servicios conexos como ahorro, inversión, servicios fiduciarios, cobranzas, etc).
- ✓ Intermediarios Financieros No Bancarios (organismos que prestan servicios financieros complementarios, así como otorgamiento de créditos, ejemplo de ello son las uniones de crédito, cajas de ahorro popular).

De acuerdo a como se transfieren los recursos:

- ✓ Financiamiento Directo (los agentes superavitarios y deficitarios, intercambian dinero con un compromiso de pago directo mediante los servicios de un intermediario financiero, que se limita a realizarlo por una comisión, ejemplo; casas de bolsa).
- ✓ Financiamiento Indirecto (separa a los agentes superavitarios y deficitarios de manera que ninguno conoce de la existencia del otro, el intermediario financiero asume los riesgos los agentes deficitarios, ejemplo: Banca comercial, Banca de desarrollo)

De acuerdo a tipo de institución:

- ✓ Instituciones de deposito (asociaciones de ahorro y prestamos, uniones de crédito, Bancos Comerciales que son los mas cuantiosos en lo referente a cantidad, montos manejados, depósitos que reciben).
- ✓ Instituciones de ahorro (compañías de seguros, compañías de pensión, compañías de inversión).
- ✓ Instituciones que facilitan las transacciones del mercado financiero pero que no administran ni acumulan activos.

Según la forma de recibir los depósitos de los agentes económicos:

- ✓ Bancos Comerciales

✓ Instituciones de ahorro

✓ Fondos de Inversión

De acuerdo a González Méndez, Héctor E. (2008), el Sistema Financiero formal esta integrado por las instituciones y organismos bajo la rectoría de la SHCP y en su caso por la supervisión independiente del Banco de México, mejor conocido como BANXICO el cual regula el Sistema Financiero sobre todo desde el punto de vista del Sistema de Pagos (involucra el dinero que usamos, el uso de dinero de otros países que circula en México, y también el dinero representado mediante instrumentos como dinero en efectivo, documentos (títulos de crédito) o medios electrónicos). Los componentes del Sistema Financiero Mexicano, se agrupan en 4 vertientes:

Componentes del Sistema Financiero Mexicano

Sistema Bursátil Mexicano	Sistema Bancario Mexicano	Organismos Reguladores	Otras Instituciones
✓ Bolsa Mexicana de Valores ✓ Casas y agentes de Bolsa	✓ Banca de primer piso (banca múltiple) ✓ Banca de segundo piso (banca de desarrollo)	✓ Secretaria de Hacienda y Crédito Publico ✓ Banco de México ✓ Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro CONSAR ✓ Comisión Nacional Bancaria y de Valores CNBV ✓ Comisión Nacional de Seguros y Fianzas CNSF	✓ Casas de cambio ✓ Uniones de crédito ✓ Afianzadoras ✓ Almacenes generales de deposito ✓ Sociedades de Inversión de renta fija y variable ✓ Afores ✓ Aseguradoras ✓ Factoraje ✓ Otros organismos financieros

Fuente: Elaboración propia, con información del Banco de México. 2010. www.banxico.org.mx.

El Sistema Financiero Mexicano, posee organismos legales reguladores:

La Secretaria de Hacienda y Crédito Público **SHCP** (www.shcp.gob.mx): Regula y supervisa todo el Sistema Bancario y Financiero del país, mediante varios organismos que dependen de ella a los cuales se les llama autoridades del Sistema Financiero, las cuales son:

Autoridades del Sistema Financiero Mexicano

Nombre abreviado	Nombre completo	Sectores financieros que supervisa	Funciones
CNBV	Comisión Nacional Bancaria y de Valores www.cnbv.gob.mx	<ul style="list-style-type: none"> • Bancario • Organizaciones y actividades auxiliares del crédito • Bursátil 	<ul style="list-style-type: none"> • Regula a las instituciones de crédito, organismos auxiliares de crédito y casas de cambio, sociedades financieras de objeto limitado SOFOLES, casas de bolsa, especialistas bursátiles • Inspecciona y vigila que se cumplan las disposiciones de la Ley de Instituciones de Crédito, Ley general de organizaciones y actividades auxiliares de crédito. • Regula el Mercado de Valores y que se cumplan también las disposiciones de la Ley del Mercado de Valores.
CNSF	Comisión Nacional de Seguros y Fianzas	<ul style="list-style-type: none"> • Seguros • Fianzas 	<ul style="list-style-type: none"> • Regula las instituciones de seguros, sociedades mutualistas de seguros, instituciones de fianzas, y que se cumpla con las Leyes Generales de Instituciones de Seguros y Fianzas.
CONSAR	Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro	<ul style="list-style-type: none"> • Ahorro para el retiro (jubilación / pensiones) 	<ul style="list-style-type: none"> • Regula a las administradoras de fondos para el retiro y en general a los sistemas de ahorro para el retiro, sociedades de inversión especializadas de fondos para el retiro.
CONDUSEF	Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los	Todos los anteriores en materia de orientación y defensa de los intereses del público que utiliza	

	Usuarios de Servicios Financieros	los servicios y productos de los mismos.	
--	-----------------------------------	--	--

Liberalización Bancaria

Villegas, Eduardo y Ortega, Rosa María. (2002), mencionan que:

- ✓ El servicio de Banca y Crédito, desde 1897 hasta 1946, fue prestado por los particulares, a través de un acto de concesión.
- ✓ En 1962 hasta 1982 continuo con la modalidad de concesión, siendo en este ultimo año que se consigna en la constitución la exclusividad del estado en la prestación del servicio de Banca y Crédito.
- ✓ En 1974, la ley reconoció que un grupo bancario podría integrarse por varias instituciones de crédito con diferentes tipos de especialización, permitiendo también la fusión en una sola institución de crédito de diferentes bancos, culminando este proceso en 1978 al autorizarse el surgimiento de la banca múltiple que constituyo un avance hacia la liberación de la intermediación financiera, permitiendo a las instituciones mejores niveles de capitalización y lograr economías de escalas.

Cajigas Jiménez, Jorge Alberto. (2001), menciona también que se propicio la homogenización del régimen de encaje legal y otras disposiciones regulatorias siendo el inicio de disposiciones mas generales hacia la banca múltiple y no tan especificas para cada grupo de bancos, facilitando ello la oferta de nuevos productos financieros que demandan los inversionistas, sectores productivos y sociedad.

Según Manrique, Irma. (2000), las reformas del año 1978, contemplo que los bancos extranjeros pudiesen establecer sucursales en México, exclusivamente para llevar operaciones con residentes en el exterior, pero en 1990 la Ley de Instituciones de Crédito previo la apertura de sucursales sin llevar acabo ningún tipo de intermediación salvo autorización de la SHCP. En 1974 la Ley General de Instituciones y Organizaciones Auxiliares de Crédito, ya contemplaba que los bancos mexicanos tuviesen sucursales fuera del país si lo autorizaba la SHCP y sus operaciones sujetas a lo establecido en la legislación mexicana, pero en 1979 se permite que sus sucursales operen de acuerdo a las leyes del lugar donde estaban establecidas.

Calva, José Luis. 1996, hace hincapié en que en 1988, se profundizo la liberación y modernización del Sistema Financiero Mexicano, dictándose medidas para desregular sus operaciones (liberación de las tasas de interés pasivas del sector bancario en particular), adecuándose la estructura jurídica e institucional a las cambiantes de un mundo más competitivo.

Levy Orlik, Noemi. (2001), comenta que en los 70s las tasas de interés pasivas como activas estaban sujetas a estrictos mecanismos de control, así mismo, la banca era objeto de reglas rígidas en lo referente a la canalización obligatoria de crédito. En 1979 se creo el concepto de Costo Porcentual Promedio (CPP), siendo este un promedio ponderado de las tasas de interés de deposito (pasivas) que pagan los bancos a sus clientes, convirtiéndose en el indicador del costo de fondeo del Sistema Bancario y de Crédito, su uso fue permitiendo la desregulación de las tasas de interés activas (tasa de interés que cobra la banca a sus clientes)

De La Vega, Juan Carlos. 2000, refiere que desde la década de los 80s, el sistema financiero mexicano experimento importantes transformaciones en materia de política monetaria como la liberalización financiera que incluyo la reprivatización de la banca comercial en 1990, así como la autonomía de la Banca Central en 1993.

La Teoría para la liberalización de las tasas de interés y la desregulación financiera fue porque la actividad productiva nacional se encontraba limitada debido al insuficiente ahorro interno y canalización ineficiente del crédito, con el objetivo de acelerar el crecimiento se propuso liberar las tasas de interés, eliminar los controles a la expansión del crédito así como reducir el financiamiento, se esperaba que bajo la liberalización de las tasas de interés, estas subieran incrementando la captación bancaria y aumentara la canalización eficiente del crédito y la inversión. La desregulación del crédito y la reducción del déficit publico permitirían que el mayor volumen de recursos disponibles se destinaran a financiar proyectos de alta rentabilidad en el sector privado, al mismo tiempo se llevo a cabo una reducción del tamaño del estado y saneamiento de sus finanzas publicas, que ocasiono la canalización de recursos financieros al sector privado de la economía.

La crisis acelero el proceso de liberalización de los bancos, desembocando en la extranjerización del sistema bancario, para ello se realizaron una serie de reformas al marco jurídico, permitiendo al capital extranjero adquirir la totalidad o parte de los activos de los bancos existentes, estas reformas anticiparon los periodos previstos en el tratado de libre comercio con América del Norte TLC y a raíz de la crisis de 1994, se inicio un proceso de reagrupación y de recomposición de la banca, funcionando básicamente a través de 2 mecanismos

- √ Una absorción de los bancos mexicanos por intermediarios extranjeros (Probursa-Banco Bilbao Vizcaya, inyección de recursos del Banco canadiense Nova Scotia –Inverlat, absorción del Banco Mexicano por el español Santander Central Hispano).
- √ Una asociación de bancos mexicanos con contrapartes externos (Bancomer, Serfin, Banorte, Bital se asocio con Banco Central Hispanoamericano)

Las reformas hechas al marco jurídico durante 1995 y 1997 solo incluían a los bancos comerciales medianos, el acceso a los 3 bancos más grandes por parte del capital extranjero quedo denegada. Los principales adquirientes entre 1996 y 1997 fueron 2 importantes conglomerados financieros españoles: Bilbao Vizcaya Argentaria y Santander Central Hispano.

De acuerdo a Correa, Eugenia y Maya, Esmeralda. (2002), a finales de 1998, existían mas extranjeros que nacionales, siendo los adquirientes mayoritarios 2 bancos españoles: Bilbao Vizcaya Argentaria, Santander Central Hispano, Citibank de los Estados Unidos, representando su participación en el mercado menos del 20% de las actividades bancarias.

Hernández Trillo, Fausto y Avalos Bracho, Marcos. (2006), comentan que en diciembre de 1998, se derogan las limitaciones existentes respecto a la participación del capital extranjero en la banca comercial, permitiéndoseles adquirir el 100% de los activos bancarios. La modificación al marco jurídico aunado al cambio tecnológico y la innovación financiera, permitieron que en menos de 3 años, se llevara acabo una serie de adquisiciones donde los mayores bancos del sistema bancario fueron vendidos a bancos extranjeros, en mayo del 2000 el Grupo Financiero Serfin fue adquirido por Banco Santander Central Hispano (España), en agosto del 2000 Bancomer fue adquirido por

Banco Bilbao Vizcaya Argentaria BBVA (España), en septiembre de 2001 Citibank (USA) adquiere al grupo financiero Banacci Accival Banamex, luego Inverlat fue adquirido por Scotiabank (Canada), posteriormente Bital es adquirido por HSBC (ingles). La aceleración de la extranjerización bancaria, implico un cambio de propietarios pasando a inversionistas extranjeros, no modifiko la estructura oligopolica de la banca comercial, a Agosto de 2009 existe una participación de mercado activa y pasiva muy concentrada de los activos y pasivos, solo en 6 instituciones bancarias (Banamex, Serfin Santander Mexicano, HSBC, BBVA Bancomer, Mercantil del Norte, Scotiabank Inverlat) que alcanzan una participación superior del 80%. El análisis de la concentración bancaria contempla activos, pasivos, cartera crediticia y captación directa, muestra que solo 3 bancos: Bancomer, Banamex, Serfin, tienen una participación mayor al 50%, los otros bancos del 30%. Lo que convierte a la economía mexicana como la de mayor participación extranjera en sus activos bancarios. El proceso de extranjerización de la banca, no solamente se ha presentado en México, pero aquí ha sido la más drástica:

- √ España.- 35.6% Bilbao Vizcaya y Santander
- √ USA.-29.4% Citigroup
- √ Inglaterra.- 9.3% HSBC
- √ Canadá.- 5% Bank of Nova Scotia

Banca Comercial.

Según Ávalos, Marcos y Hernández Trillo, Fausto. 2006, son instituciones, empresas, con la actividad fundamental de proporcionar financiamiento al sistema económico mediante créditos (activos de alto riesgo y alta rentabilidad), ofreciendo a sus usuarios activos de bajo riesgo y baja rentabilidad (cuentas de ahorro), con fines de lucro, organizadas en beneficio de sus dueños mediante la venta de servicios al cliente y su respectivo pago. Es decir, a través de varios productos captan, reciben, el dinero en deposito del público (ahorradores e inversionistas) y lo colocan, prestan, a las personas o empresas que lo necesitan y que cumplen con los requisitos para ser sujetos de crédito. Sus funciones:

- ✓ Aceptar depósitos: Los depósitos (pasivos) son deudas del banco hacia el público, por las cuales el banco paga un interés.
- ✓ Otorgar adelantos y préstamos: Los préstamos (activos) son deudas del público al banco, por ellos el banco recibe un interés, la diferencia entre ambos constituye la ganancia (spread) que les otorga la actividad de intermediarios financieros.

También apoyados en los sistemas de pago ofrecen servicios como pagos (luz, teléfono, colegiaturas, etc.), transferencias, compra y venta de dólares y monedas de oro y plata. Desde inicios del 2007 se decía que México estaba viviendo como nunca un ambiente de competencia tan agudo en el sector de la banca comercial, que beneficiará al usuario en mejores productos y menores comisiones.

Según el presidente de la ABM (Asociación de Bancos de México), “En la medida en que la banca brinde mejor información al usuario, en esa medida se van a dar mejores condiciones de competencia y habrá mejor calidad en los servicios que prestan los bancos”, que la mejor forma para fomentar mejores productos y servicios, es vía la competencia y no vía regulaciones, que al final del camino es un control de precios, con efectos no nada más sobre la banca, sino sobre toda la actividad económica. Además de que la competencia (hacer más agresivos, a brindar una mejor calidad de

servicio, mejores precios en los productos y servicios) se irá incrementando en la medida en que haya más usuarios y que comiencen a operar los nuevos bancos que han sido autorizados. Pero según la Comisión Federal de Competencia (CFC,) la banca actúa como un cartel, ya que el tener diversas opciones de créditos hipotecarios eso no mejora la viabilidad de estos.

De acuerdo a la Secretaria de Hacienda y Crédito Público. 2007, se autorizo la incorporación de entidades para ofrecer servicios de ahorro y crédito:

- √ Banco Comercial del Noreste posteriormente Banco Amigo, con un capital social de la institución de 316, millones 54,000 pesos, con domicilio en la ciudad de Monterrey, Nuevo León,
- √ Banco Fácil
- √ Bancoppel 8% en pagare a plazo mínimo de inversión de 360 días
- √ Banco Wal-Mart de México adelante
- √ Banco Adelante
- √ Prudencial Bank
- √ Autofin 7.57%
- √ UBS Bank México
- √ Ahorro Famsa
- √ Banco Multival
- √ Banco Regional

En México la banca comercial opera como un mercado oligopólico, con servicios costosos que se utilizan relativamente poco. El crédito canalizado por la banca privada representa un 15% del PIB nacional, mientras que en 1994, antes de la crisis financiera y económica más grave del país desde 1929-1933, era de 38%. La otra cara de la moneda son las elevadas utilidades obtenidas por los bancos grandes extranjeros en México. Las sucursales mexicanas de Santander y BBVA son las que mayores rendimientos les dejan, lo mismo sucede al banco canadiense Scotiabank, cuyas utilidades en México equivalen a 12% de las que logra en el mundo y a 33% de las obtenidas en América Latina. Según datos de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (2008), en 2007 la banca en México obtuvo utilidades por más de 69,000 millones de pesos, un aumento de más de 360% respecto a 1994, cuando se manejaba una cartera más del doble que la actual, y el “índice de bancarización” era también sustancialmente mayor. O sea que, en la actualidad, los bancos operan en menor escala pero sacan más provecho.

Aportaciones

Se deben de diseñar mejores formas de enseñar a los mexicanos las habilidades básicas de la administración financiera, y mejorar la educación financiera básica a nivel primaria y secundaria, con el objetivo de ofrecer la base de una alfabetización financiera para ayudar a prevenir que los ciudadanos tomen malas decisiones económicas que puedan afectarles en un futuro. Asimismo, deberán crearse alianzas entre instituciones gubernamentales y educativas, siendo viable si ésta va acompañada de la creación de libros de texto. No se trata de convertir a la población en economistas o financieros. La SEP está introduciendo temas económicos y financieros en los libros de texto, pero hay mucho más aún por hacer y seguramente los recursos públicos que se dediquen a este fin serán más una inversión que un gasto, visto en una perspectiva temporal.

Las entidades financieras deben de indicar por separado el ajuste monetario (inflación) y el interés real, a detalle, además de mecanismos de protección como seguros, hipotecas, garantes, etc., que harían que la operación debería estar libre de riesgo.

Fortalecer los programas para vivienda en renta para formar un mercado más amplio y dinámico, esquema que permitirá el acceso a la vivienda a aquellos que no son sujetos de crédito al no contar con los recursos necesarios para un enganche.

Fomentar la participación de más desarrolladores de vivienda en la Bolsa Mexicana de Valores.

No permitir que cada institución defina sus políticas y las acciones a seguir respecto a las tasas de interés (volver a regularlas). La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) debe de analizar la posibilidad de revisar la regulación del sistema financiero mexicano, a fin de tomar medidas para evitar una crisis como la que viven las instituciones de ese tipo en Estados Unidos. Para tener un marco regulatorio "razonable". Mejorar las prácticas o paradigmas en los sistemas financieros, valdría la pena revisar la regulación en México. Ya en muchos países se ha hablado de la necesidad de repensar el diseño y la arquitectura del sector financiero mundial, un sector regulado de manera más expedita y más fuerte, tratando de tener mayores controles y balances. Aunque algunos digan que en el caso de México, en general, el marco prudencial del sistema financiero es "bueno y razonable", ya que en los últimos 6 años se ha transformado para tratar de consolidarlo. Es necesario reconstruir el marco regulatorio institucional que obligue a la banca comercial a establecer un vínculo directo con el sector productivo de la economía, que apoye políticas industriales activas que garanticen el crecimiento económico, para lo cual deben crearse redes entre el ahorro financiero y el sector productivo.

Marco regulatorio, tendiente a ampliar los mecanismos de información financiera entre intermediarios y autoridades, para facilitar la supervisión y el diseño de nuevos criterios para la medición de los riesgos de crédito y de mercado, con el fin de mantener niveles de capitalización acordes a los riesgos tomados por el intermediario. En este mismo sentido procederá la homologación de los estándares contable respecto de patrones internacionales, transparentando así el conocimiento sobre la situación consolidada de cada grupo financiero. Algunas de las condiciones con las cuales generalmente se protegen los bancos, son las siguientes:

- √ Entrega de estados financieros trimestrales.
- √ Índices mínimos de liquidez, máximos de apalancamiento y otras razones financieras.

Es importante que el país cuente con un sistema financiero sano, se debe revisar la situación real de todos los intermediarios para determinar su salud y fortaleza, donde no se descarte capitalizarlos a través de la venta de cartera, de activos o que se fusionen con otras instituciones. Si aun con buenos tiempos en los Estados Unidos, México no creció en los últimos 30 años más de 2.5% sostenidamente, el resultado sería desastroso si el gobierno no hace nada. Con el agravante de falta de empleo para medio millón de trabajadores que cada año emigraban a Estados Unidos. Desde luego, ninguna política económica podrá impedir una recesión. Pero el gobierno podría suavizarla con medidas no muy difíciles de aplicar.

El gobierno puede y debe llamar a un pacto de moderación y poner por delante la reducción de los precios de gasolina, electricidad y gas (la devaluación del peso va a causar mayor inflación. Si ésta

se sale de control complicará todo). Y en paralelo exigir al sector privado que modere sus alzas. Debería derogar el IETU, que a estas alturas resulta perverso, pues no permite la deducción de intereses sobre la deuda o las pérdidas cambiarias. El déficit fiscal aumentará aun si el gobierno no hace nada, pues las presiones para otorgar apoyos se van a multiplicar. Sería mejor tener un programa establecido y no gastar según las presiones del día.

Las tasas de interés para ser competitivas, deben estar entre 8.0 y 9.0%, que permitan a las personas pagar y crecer, la falta de financiamiento óptimo inhibe detiene la mayoría de los créditos en México, porque recibir más crédito en las condiciones actuales “no va a servir de mucho”, aun cuando las condiciones son mejores que las de 1994. Pero las condiciones actuales no son las más idóneas, se debe mantener la estabilidad económica, baja inflación, lo que es fundamental para que crezca y mantenga el crédito hipotecario. No basta con mantener la estabilidad de oferta del crédito hipotecario.

NO liberalización de las tasas de interés, que estaban detalladamente reguladas, y no solo las pasivas, también las activas, no a que los propios Bancos Comerciales fijen tanto sus tasas pasivas como activas, ya que no se ha producido una competencia conducente a estrechar el margen financiero, aun cuando se suponía que las instituciones tratan de allegarse clientela tanto al mejorar los rendimientos ofrecidos a los depositantes, como al reducir el costo del dinero para los usuarios del crédito, lo que no ha sucedido en México ni sucederá por el tipo de cultura, idiosincrasia, sistema. Esta es la crisis financiera “más grande, compleja y global” de la historia, es importante atender los efectos que ésta pueda tener en la economía real y se debe poner un techo a las tasas de interés, ya que al no haber competencia en este segmento este problema del sistema financiero no se resolverá por la vía del mercado.

Creación de un Ombusman financiero.

Se debe de buscar un encuentro con las distintas fuerzas políticas del país para llegar a un consenso nacional e impulsar reformas legislativas para establecer topes de éstas comisiones, falta una legislación clara y precisa que regule los cobros y las utilidades de los bancos por sus servicios.

Se debe de valorar la implementación de la práctica de outsourcing hipotecario o subcontratación de servicios para mejorar su eficiencia y reducir sus costos, como se ha realizado en países como es el caso de España y Chile. Donde los procesos que son susceptibles de subcontratarse son el control del crédito puente, la evaluación del cliente, la originación del crédito, la administración de la cartera y la bursatilización de la misma. Presentando las siguientes ventajas:

- √ Reducir la inversión y gasto para dar cumplimiento en el envío de información a las autoridades reguladoras de la operación hipotecaria, calificadoras de cartera e inversionistas.

- √ Optimizar el uso de capital, sobretodo en instituciones hipotecarias nacientes al poder invertir sus recursos en las mejores alternativas en lugar de hacerlo en pesadas nóminas y equipos computacionales y diseño de sistemas.

Se deberá mantener al Infonavit, el Fondo de Vivienda del ISSSTE (Fovissste) y a la Sociedad Hipotecaria Federal (SHF) como operan en la actualidad, para consolidar al sector. Ya que en la

actualidad aportan mas de 50% del mercado privado en vivienda y contribuyen a una mejora total del mercado y al sistema de otorgamiento de créditos.

Analizar los bancos y vendedores de vivienda la conveniencia de reducir el margen de utilidad vs. incrementar la velocidad de ventas con promociones especiales.

La política de vivienda no solamente debe determinarse en la relación con el número de personas sin viviendas y las indebida condiciones en que muchas otras viven, sino que además se deben considerar otros factores como lo son las repercusiones negativas en sectores económicos, ecológicos y de salud.

Avanzar en el proceso de bursatilización de hipotecas con miras a diversificar las fuentes de recursos.

Es necesario dotar de mayores recursos legales a organismos como la Condusef para que cuando se presenten situaciones de previa crisis, las denuncie y actue de inmediato, y no cuando empiezan a mostrarse los resultados negativos, cuyo único objetivo pareciera ser exprimir al máximo a quien se deje.

Un acuerdo que impida el embargo de más viviendas hipotecadas que ayude a los mercados bursátiles de un bache y da al mercado un cierre mayoritariamente en alza con una baja apenas marginal en el promedio industrial del Dow Jones. Como sucedió en Estados Unidos. Llegando a un acuerdo con la banca comercial, sobre un plan para permitir que los jueces de bancarrotas alteren los préstamos de vivienda, en un intento por impedir que la gente pierda sus inmuebles. "Cualquier tipo de acuerdo que pueda evitar la ejecución de hipotecas y modificar las existentes ayudará a llegar al fondo de la declinación del mercado inmobiliario. Y sólo entonces veremos una recuperación auténtica en la economía".

Crear un nuevo programa de reestructuración de préstamos (plan de modificación de préstamos) que busque ayudar a abatir la crisis de ejecuciones hipotecarias apoyando a propietarios de vivienda que adeudan al menos 3 mensualidades de sus pagos. Donde los nuevos pagos hipotecarios iniciales incluyendo impuestos y seguro, no deberán totalizar más de 38% del ingreso mensual de los propietarios de vivienda, previo a descuentos fiscales. Mientras suspender la ejecución de hipotecas (detener las ventas de propiedades hipotecadas), mientras evalúan si los prestatarios cumplen con los requisitos para un nuevo programa de reestructuración de préstamos. El cambio no aplica a casas desocupadas. Con ello proporcionar certidumbre a muchas familias. En la actualidad, las instituciones bancarias llevan a cabo medidas preventivas para evitar un crecimiento de la cartera vencida, pero deben de ofrecer esquemas de reestructura que incluyen una quita hasta del 35% del crédito hipotecario.

Modificar en este mismo periodo la deducción de impuestos por la compra de una primera vivienda, cuando los ingresos sean inferiores a 30 mil pesos. Así como deducciones de impuestos para, entre otros, propietarios de viviendas que liquiden su hipoteca

Contar con toda la información de los créditos en un solo sistema integral que facilita el análisis y da certidumbre al mercado del control de la operación hipotecaria.

La expedición de reglas claras, son importantes para garantizar la sana operación de los intermediarios financieros, así como su ejercicio eficiente aseguran que se realicen dentro de la normatividad, manteniendo ello la salud financiera.

Conclusiones

A quedado demostrado, que los bancos, no pueden ni deben autorregularse. El Banco de México, y el gobierno federal deben pedir a los banqueros mayor otorgamiento de créditos y reducción en el cobro de sus servicios, y de no prosperar ello, debe estar en manos de los legisladores, la Secretaría de Hacienda y la Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

Lo que puede ocurrir en el sector hipotecario en el futuro podría ser grave. Pero como siempre, y a esto parece que le apuestan los banqueros, la presión de la gente sería de tales dimensiones que obligarían al gobierno a diseñar planes para supuestamente no afectar mayormente a los clientes, pero por supuesto y principalmente, para que los bancos salgan sin pérdidas mayores.

El financiamiento hipotecario actualmente se basa en su acotamiento a solo ciertos sectores de la población, excluyendo a los más necesitados. Aún con la entrada de nuevos participantes al mercado, el segmento de la población de bajos recursos ha recibido servicios financieros de forma muy limitada y con altos costos. Por ello es necesario ampliar la cobertura, regulación, mejorar los procesos y fomentar la competencia entre intermediarios, aun y cuando se ha avanzado en la atención de demanda de crédito para la vivienda de un alto porcentaje de la población. Durante la última década, la oferta de financiamiento hipotecario se ha incrementado, existen nuevos productos y proveedores en el mercado (como el micro financiamiento), incluyendo instituciones financieras e instituciones hipotecarias, pero se ha centrado en el sector medio y alto, mientras se ha excluido al sector de más bajos recursos, ello no garantiza su viabilidad de pago. Parece ser que en México, la vivienda social es un elemento fundamental para dotar de vivienda accesible a los habitantes de bajos recursos, pero es inalcanzable para los más pobres.

En el año 2010 y primer semestre de 2011, hubo un menor uso de los créditos hipotecarios, lo que está directamente relacionado con la mala economía, altas tasas de interés que tiene que ver con el desempeño de los intermediarios, pues son los que deciden actualmente el contexto para fijar las tasas de interés activas. *Así mismo*, el estancamiento de la captación (reflejado en los altos márgenes financieros que tienen su origen en las bajas tasas de interés pagadas a los ahorradores, particularmente aquellos que no tienen acceso a las operaciones de la banca de inversión. La estructura oligopólicas de los bancos provoca que disminuyan en forma continua los *créditos otorgados a las hipotecas y a la inversión productiva*. Revertir esta situación resulta importante, ya que los bancos e instituciones financieras juegan un papel toral en la creación de créditos hipotecarios, que permiten en parte a la economía crecer.

Referencias Bibliográficas

Libros:

Ávalos, Marcos y Hernández Trillo, Fausto. (2006). *Competencia Bancaria en México*. Naciones Unidas. CEPAL.

Borja Martínez, Francisco. (1991). *El nuevo Sistema Financiero Mexicano*. México, Fondo de Cultura Económica.

Cajigas, Jiménez, Jorge Alberto. (2001). *Desregulación e inestabilidad Financiera en México: 1988-1994*. UNAM. Facultad de Economía. México. D. F.

Calva, José Luis. (1996). *Liberalización de los mercados financieros, resultados y alternativas*. Editorial Juan Pablos. México.

Clavijo, Fernando. (2007). *Reformas Financiera, el crédito y el ahorro*. México, Editorial Fondo de Cultura Económica.

Correa, Eugenia y Maya, Esmeralda. (2002). *Expansión de la banca extranjera en México*. Editorial Porrúa.

De La Vega, Juan Carlos. (2000). *El proceso de concentración de la banca comercial en México*. Editorial Porrúa, México.

González Méndez, Héctor E. (2008). *Algunos Aspectos de La Concentración en el Sistema Financiero Mexicano*. Documento de trabajo No. 34 formato html. p. d. f. del Banco de México. Marzo de 1981. Año de Consulta 2008.

Hernández Trillo, Fausto y Omar López Escarpulli. (2001). *La crisis bancaria mexicana: un análisis de duración y riesgo proporcional*, México, CIDE.

Levy Orlik, Noemi. (2001). *Cambios Institucionales del Sector Financiero y su efecto sobre el Fondeo de la Inversión. México 1960-1994*". México.

Manrique, Irma. (2000). *Reforma financiera: Innovación, desregulación y crisis*. Editorial Porrúa, México .

Villegas, Eduardo y Ortega, Rosa María. (2002). *Sistema Financiero Mexicano*. Editorial Mc Graw Hill.

Fuentes electrónicas

www.banxico.org.mx.

www.shcp.gob.mx

CRÉDITO PARA LA VIVIENDA EN MÉXICO: ALGUNAS APORTACIONES

José Serrano Heredia ppepe10@yahoo.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
María Berta Quintana León qulb560320@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

Se citan una serie de aportaciones, que se podrían implementar en México a los programas de crédito para la vivienda, comentando sus características principales. Actualmente, los programas existentes de oferta de créditos para la vivienda, no responden adecuadamente a las necesidades de la sociedad y mucho menos de los pobres. Es preocupante el número de juicios mercantiles, desalojos forzosos y personas sin vivienda, ello, ante la falta de una verdadera oportunidad de crédito, aun y cuando la oferta actual es dada por los sectores público y privado, falta brindar mejores condiciones en dichos créditos.

Existe una gran necesidad, que enfrentan los sistemas financieros que apoyan la vivienda, de desarrollar instrumentos que ayuden a colocar de mejor manera dichos créditos sin llegar a descartar los esquemas tradicionales, sino más bien han de servir para complementarlos.

Palabras clave: Vivienda, Crédito, Financiamiento, Banca, Ingreso.

Abstract

They cite a number of contributions, which could be implemented in Mexico to credit programs for housing, discussing their main features. Currently, existing programs offering home loans, do not respond adequately to the needs of society, let alone the poor. Of concern is the number of commercial trials, forced evictions and homelessness, this, in the absence of a true credit opportunity, even when the current supply is provided by public and private sectors, provide better conditions need these credits.

There is great need, who are facing financial systems that support housing, to develop tools that help to better place without such credits to discard the traditional schemes, but rather should serve to complement them.

Key words: Housing, Credit, Financial Systems, Bank, Income.

Introducción

La vivienda constituye un bien duradero; es quizá el más importante activo físico y su precio suele ser varias veces superior a los ingresos de los demandantes. En México, en los últimos años, la vivienda, es uno de los sectores más dinámico de la economía, es una necesidad básica para los ciudadanos, una prioridad de cualquier gobierno, al grado que ha hecho que el estado mexicano haya creado instituciones como el Infonavit y Foviste, instrumentando una serie de medidas con el propósito de reactivar el crédito de vivienda, como la deducción fiscal de los intereses reales para créditos destinados a casa habitación (2003), lo que aunado al sector privado (Banca Múltiple), proporcionan financiamiento a través de hipotecas.

Por esta razón, la adquisición de vivienda, en la mayoría de los casos, sólo resulta viable mediante un crédito de largo plazo, pocas familias en el mundo y en México, pueden pagarla de contado, hacerlo

así, permite diferir la presión que dicho precio ejerce sobre el ingreso, por lo que constituyen la modalidad crediticia a la que normalmente se acude a la hora de comprar una vivienda, representando una oportunidad de adquirirla sin aportar una cantidad importante de dinero. La vivienda, es un patrimonio familiar y representa la posibilidad de ser utilizada como un activo mayor para iniciar actividades económicas que den un mayor ingreso familiar, al ser una inversión a largo plazo.

El crecimiento y transición demográfica de la población en México, implica una mayor necesidad social de vivienda. Según estimaciones del Consejo Nacional de Población, sobre las proyecciones de los hogares y viviendas 2000-2030, la tendencia poblacional que ya se observa con la expansión veloz de las ciudades, llevará a un crecimiento explosivo en la formación de nuevos hogares a lo largo de los próximos 30 años, ya que la proporción de la población en edad de formar un hogar, y por consiguiente de requerir vivienda, esta en constante crecimiento. Las estimaciones y proyecciones de viviendas son de 37 millones de viviendas en el 2020 y 46 millones para el 2030. Lo que representa un incremento anual promedio de 731,584 a 800,00 hogares que requerirán un lugar donde vivir. La demanda de viviendas superará en 3 veces al crecimiento demográfico y se prevé que en el año 2030, cerca del 80% de ellas se localizará en las zonas metropolitanas, actualmente la mitad de la población mundial vive en ciudades. Se cree que el número de hogares alcanzara su máximo histórico entre los años 2045 y 2050, ya que en 2010 el parque habitacional mexicano estaba conformado por 26.7 millones de viviendas, con un valor estimado de 14.2 billones de pesos. Este incremento esta íntimamente relacionado, con el financiamiento, economía, es decir, con los sistemas de crédito de las instituciones financieras, esquemas para la población de menores ingresos y la población rural que no ha sido atendida ampliamente hasta la fecha. La vivienda en México representa alrededor del 2.4% del Producto Interno Bruto (PIB), y en 2010 generó alrededor de 1,300,000 empleos diversos, y su propiedad representa uno de los indicadores del desarrollo social.

El Premio Nobel de Economía 1998, Amartya Sen y las Naciones Unidas en su Programa para el desarrollo ha comentado que el crédito para la vivienda es fundamental, debido a que es la parte que se refiere al patrimonio que todo individuo debe tener para poder gozar de un bienestar básico para su desarrollo y de sus familias. El derecho a la vivienda, no se limita a la construcción masiva de viviendas, ofertas diversas de crédito, sino que implica un conjunto amplio y complejo de aspectos, que al adquirir el cliente una vivienda pueda realmente hacer frente a ese compromiso.

Según Martínez, J. L. (2005), los préstamos hipotecarios, son créditos individuales para financiar la adquisición de una vivienda, son a largo plazo con garantía hipotecaria, entre 15 y 30 años, con tipo de interés que suele ser fijo, variable o combinación de ambos. Las hipotecas conllevan en general un interés más bajo que los préstamos personales, y los plazos de devolución son mucho más largos, normalmente a 15, 20 o 30 años. El pago que se debe de hacer de un crédito, dependen de los ingresos que se tienen y no deben de representar más de un 25% a 30%, pues contratar el crédito significa comprometerse a pagar esa cantidad durante muchos años – aproximadamente \$10 por cada \$1000 de crédito mensualmente-. Mejorar las alternativas del mercado de crédito, que más se adecue a las perspectivas y posibilidades, que complemente las ofertas y opciones actuales, es de importancia primaria. Que brinden acceso a una vivienda digna, ayudando a mejorar los niveles de bienestar y calidad de vida de la población que se ha vuelto un problema, por el crecimiento poblacional demandante de este satisfactor y las pocas fuentes de financiamiento, además de los altos costos de intermediación. Por lo que es preciso contar con la existencia de instrumentos apropiados para mejorar su colocación con plazos compatibles, cuya naturaleza sea tal, que tiendan a destinarse hacia sectores mas amplios de población diferentes.

Modelo de Bancos Comerciales

Históricamente estos, no tenían demasiado involucramiento en el financiamiento a la vivienda, su propósito tradicional era de financiamiento a negocios y de proveer medios de pago que los llevaron a ser comerciales, no con una orientación al consumidor. Antes de la liberalización financiera, esta tendencia fue apoyada por regulaciones que restringieron a los bancos el ofrecer financiamiento hipotecario, pero ha cambiado el rol de los bancos en el Mercado Hipotecario, ya que al ser los préstamos hipotecarios a largo plazo se vuelven atractivos a los bancos ya que esperan vender también otros servicios y desarrollar clientes con relaciones a largo plazo. En la mayoría de países, los bancos tienen una substancial ventaja en la distribución, fondos, sobre otros prestamistas y han emergido como líderes del mercado (son los que más pueden, si quieren reducir el riesgo de la tasa de interés, además de ser vendedores de préstamos en el mercado secundario). Aun así, en el mundo aun existen países donde los bancos se resisten a ingresar al mercado, debido a la incapacidad para manejar el riesgo, principalmente en mercados donde hay una normatividad débil, riesgos políticos potenciales, alto costo por otorgar préstamos pequeños, etc. La banca de ahorro y préstamo, son los máximos líderes en diferentes países de Europa (Francia, España, Alemania).

En la mayoría de países, los bancos comerciales y las instituciones de ahorro dominan el otorgamiento de financiamiento a la vivienda. En México, en 1993 nacieron las Sofoles -Sociedad Financiera de Objeto Limitado-, instituciones de financiamiento especializadas que otorgan préstamos hipotecarios, como un resultado del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, fueron creados para proveer financiamiento hipotecario después del colapso y ante el retiro de los Bancos Comerciales en 1994. Son Compañías Mexicanas Hipotecarias, se enfocan en el sector de ingresos bajos y moderados, con ingresos menores debajo de 8 salarios mínimos. Originalmente el modelo de obtención de sus fondos era del Banco Central y el Banco Mundial. En el 2006, su modelo cambio siendo la mayoría de sus fondos de los mercados de capital. Hoy, los bancos comerciales ya han reingresado al mercado y comprado varias Sofoles -en 2005, Hipotecaria Nacional por BBVA Bancomer-. Han sido uno de los mayores prestamistas hipotecarios hasta hace poco, con más de \$15 billones en préstamos, representando aproximadamente el 18% del financiamiento en México. Según Lea, M. (2008), una característica emergente de los mercados hipotecarios es la separación funcional en la cual los especialistas desarrollan varias funciones a préstamos hipotecarios, este modelo de préstamo hipotecario, involucra una institución financiera que desarrolla la mayor función de servicio, originación, fondeo y administración del riesgo. Estos intermediarios pueden utilizar los servicios de un tercer vendedor, tales como aseguradoras hipotecarias, tasadores, estimadores y agencias de crédito, es decir, una sola firma, de alguna manera, logra las funciones primarias. La cartera del prestamista origina una hipoteca al comprador de la vivienda, sirviéndola y desarrollando la administración del riesgo y de la cartera, incluyendo el fondeo. Los prestamistas de la cartera deben ser instituciones especializadas tal como de préstamo y ahorro, sociedades constructoras o bancos hipotecarios estilo europeo o instituciones generales de depósito de propósito general (bancos comerciales, bancos de ahorro).

Aportaciones

Alargar el plazo de las hipotecas, (30, 40, 50 años) lo que permite devolver el préstamo en cuotas mensuales más cómodas, aunque pudiera llegar a duplicar los intereses que se pagan. También facilitaría el acceso a una vivienda a las personas más jóvenes (menores de 40 años), a las que se

financiaría hasta el 100% del costo del inmueble y se ofrecería devolver el préstamo en cuotas mensuales más cómodas. Esto estaría muy por detrás de otros países como Japón o Estados Unidos, donde se conceden hipotecas con un plazo de devolución de 100 años. En España, Bilbao Bizkaia Kutxa (BBK) a 50 años, donde los requisitos serían los mismos que para una hipoteca a un plazo más corto, ya que el objetivo sería facilitar el acceso a una primera vivienda con una cuota más desahogada que permita estar tranquilos en el pago de la misma, la idea no es que quien lo solicite emplee los 50 años para devolver el préstamo, sino "que las mensualidades sean menores que con otro producto y que resulte más cómodo hacer frente a la deuda". Si usara los 50 años en ese caso las deudas pasarían a los herederos, que suelen ser los descendientes. Los hijos e hijas heredarían tanto la hipoteca como la vivienda, "que la mantendrán en el patrimonio familiar y negociarían la financiación con la entidad correspondiente o bien la venderían, saldando la deuda pendiente, no sería un producto conveniente para la mayor parte de los ciudadanos, pero hay segmentos de la población que si quisieran acceder a una vivienda en propiedad, tendrían que recurrir a ese tipo de hipotecas porque su capacidad de pago no les permite acudir a plazos más cortos, generalmente sería para personas de baja cualificación laboral, jóvenes o inmigrantes, que requieren de productos flexibles que les permitan también cancelaciones anticipadas sin comisiones. Se atendería a sectores de la población que de otra forma no podrían acceder a una vivienda en propiedad.

Establecer nuevos productos financieros como "Hipotecas recargables" que permita recuperar la cantidad amortizada del préstamo solicitándola a la entidad acreedora que se sumara al capital a devolver para destinarla a otros gastos (obras, coche, viaje, para lo que más le convenga) sin necesidad de solicitar un crédito personal, para aliviar el sobreendeudamiento de las familias, modelo parecido al aplicado en Francia. El ahorro de los costos podría ser considerable, ya que se evitarían los gastos de constitución de una nueva hipoteca y se pagarían intereses más bajos que los de los créditos de consumo. Existiendo un límite; el máximo de dinero que la entidad acreedora puede devolver es el capital amortizado o que se pueda disponer de las cantidades ya amortizadas sólo en determinados momentos y que haya un límite máximo para pedir dinero porque, a medida que pasa el tiempo, podría aumentar el riesgo de impago. Pero ofrece la posibilidad de que el titular de la hipoteca tenga financiación permanente aplicando este modelo en cualquier momento, sin que fuera necesario contratar la hipoteca recargable desde el principio.

Hipotecas revolving o giratorias, serían como una clase de crédito al consumo que posee un costo muy parecido al de los préstamos hipotecarios o ligeramente superior, y que pueden solicitar aquellas personas que hayan amortizado parte de una de esas hipotecas para la adquisición de una vivienda. Permitirían préstamos personales rebajados, para las personas que desean adquirir en propiedad una vivienda, aparte de disponer de un capital extra para otro tipo de gastos, relacionados con la compra de mobiliario o electrodomésticos e incluso la ejecución de algún tipo de reforma, entre otras múltiples alternativas, tendrían como tope de dinero o solicitar la propia cantidad amortizada en el crédito de vivienda. Es decir que la entidad bancaria ofrezca a su cliente la opción de contar con el dinero que ya ha entregado. Sin embargo, para que el banco conceda el visto bueno a la financiación habrá que haber amortizado una parte de la hipoteca, además de haber cumplido puntualmente con los plazos de pago establecidos. El beneficio que saca el banco de ofrecer una rebaja en los tipos de interés, sería el reducir el riesgo de impago de los créditos personales, ya que la vivienda aparece como garantía; y compensando dicha rebaja incrementando, en cerca de un punto y medio, el interés de la hipoteca, además sería como un recurso de marketing para consolidar la fidelidad de sus propios clientes.

Aplicar esquemas diferenciados y según al perfil de cada cliente. Establecer una tasa de interés personalizada (Scotiabank ya lo esta valorando) donde cada cliente calificará y cotizará una tasa personal, entre 8 y 11% anual. Tomando en cuenta varios factores: edad, antigüedad en el trabajo, salario, forma de pago (nómina, honorarios), número de integrantes en la familia, tipo de industria en la que se desarrolle profesionalmente. Además, entre mayor sea el monto pagado para el enganche de la propiedad la puntuación podría ser mejor.

Hipoteca Inversa: es donde una institución financiera va entregando mensualmente una cantidad a su propietario por un plazo prefijado de hasta 15 o 20 años, la cual se respalda con una garantía hipotecaria sobre la casa del contratante. Aquí no importa la capacidad de pago del sujeto como ocurre en las hipotecas tradicionales puesto que no se efectúa ningún pago, sino hasta el momento del fallecimiento en el que los herederos deberán pagar el saldo acumulado con el producto de vender la casa y conservando el remanente que llegue a quedar. Ello daría una mejor calidad de vida a propietarios.

Ofrecer hipotecas multidivisa (préstamos hipotecarios que se suscriben en una o varias monedas extranjeras, distintas del euro, ofrecer la hipoteca en una divisa distinta del peso, como por ejemplo la libra, el yen o el dólar), su principal peculiaridad es que estarían referenciados al tipo de interés del país de la moneda en cuestión y que se pagarían en la divisa de ese Estado. Esta alternativa puede permitir pagar bastante menos al mes, siempre que la moneda en la que esté referenciado el préstamo sea menos fuerte que el peso y las previsiones en el mercado de divisas apunten a que dicha divisa pueda seguir cayendo. Pese a su atractivo, se trata de una opción de riesgo, por lo que conviene conocer al detalle bien este producto. Todos aquellos que decidieran optar por suscribir uno, deberían estar dispuestos a asumir altos riesgos, tener elevados conocimientos financieros y seguir de cerca la evolución del mercado de divisas. Por lo tanto, la primera cuestión que hay que considerar para ver si interesa contratar este tipo de hipotecas en nuestro país es conocer el tipo de interés que rige en el país en cuestión y valorar la trayectoria que ha tenido su correspondiente divisa en los últimos meses y cuál puede ser su movimiento futuro. En la práctica, el crédito o préstamo multidivisas se haría con divisas estables y con tipos de interés bajos. Por ejemplo, con el yen japonés o el franco suizo. En otros momentos económicos menos peores, con tipos más bajos, podría ser interesante, contratar hipotecas de este tipo referenciadas al dólar estadounidense, el dólar australiano, el dólar neocelandés o la libra esterlina. Además, lo aconsejable sería contratar una parte referenciada al euro. De esta forma se reparten los riesgos entre las monedas, en el caso de que alguna tuviera un movimiento desfavorable. El principal factor que habría que tener en cuenta es la esperada evolución de la divisa del país en cuestión. Por ejemplo, si se contrata una hipoteca en yenes se esperaría que la divisa japonesa fuera cayendo, por lo que así compensaría el cambio de divisa respecto al euro. El riesgo está, por tanto, en que ocurra lo contrario. Si el yen sube, la cuota mensual a pagar se incrementará. Además, hay que tener en cuenta las previsiones en materia de tipos de interés. Si se espera que los tipos suban en el país al que está referenciada la hipoteca (por ejemplo Japón o Inglaterra), la cuota también subirá en cada revisión. Siempre es peligroso endeudarse en una divisa, sobre todo teniendo en cuenta la volatilidad de este mercado, es decir, los fuertes altibajos que sufren las divisas. En la actualidad uno de los créditos que puede ofrecer cierto atractivo es el hipotecario en yenes. Quienes suscriban un préstamo de este tipo se aprovecharían de las revalorizaciones del peso sobre el yen. El tipo de interés de Japón se sitúa en el 0,50%, frente al 18,75% de la zona mexicana. En lo que va de año, las cotizaciones de las 2 divisas han mostrado un comportamiento inestable, más beneficioso para el peso, que se intercambia por unos .122 yenes. Aunque las perspectivas futuras no están claras, los préstamos en yenes pueden resultar interesantes a corto plazo ya que la

divisa japonesa puede seguir cayendo. Las tasas a pagar cada mes con este tipo de créditos estarían referenciadas al Líbor (a 12 meses en Japón se sitúa en el 0,08) más un diferencial que oscila entre el 1 y los 2 puntos. Mientras, los hipotecarios a interés variable más baratos en México están vinculados al TIIE más un diferencial que, en los mejores casos, es del 0,3%. Con estos cálculos, en un préstamo en yenes se pagaría un interés medio del 1,5%, que en pesos se elevaría por encima del 12%. Ahora bien, hay que tener muy presente el riesgo de cambio asumido en la operación, y en este 2009 estamos en un mercado con mucha volatilidad especialmente con respecto a ciertas divisas. En cualquiera de los casos quien decidiera entrar en este tipo de operaciones debería de tener muy claros los riesgos y visión de largo plazo, en la actualidad no interesaría contratar hipotecas en dólares (con los tipos de interés situados en Estados Unidos en el 5,25%, ni el libras esterlinas (en Inglaterra los tipos también están en el 5,25% y su moneda es más fuerte que el peso).

El negocio de todo acreedor son los intereses, se deben ampliar los tiempos de pago de capital (roll-over), ante un panorama de crisis.

Créditos Hipotecarios a interés cero; algunas entidades bancarias, aunque parezca sorprendente, deberían comercializar préstamos a interés cero o con un mínimo de interés, limitando su concesión a casos concretos. Según las reglas de la economía, al hacerlo así los bancos pierden, porque lo que prestan hoy valdrá menos cuando se les devuelva. Pero las entidades se "cubren las espaldas" y, para conceder este tipo de préstamos, podrían exigir la domiciliación de la nómina en la entidad de manera que, si bien conceden el dinero sin intereses, se aseguran un capital fijo todos los meses. De todos modos, las diversas comisiones podrían convertir el mejor de los créditos en un producto caro. La lista de entidades que ofrecen este tipo de créditos aunque no hipotecarios en el mundo es larga, y destaca la oferta de algunos bancos y cajas de ahorro.

Debe existir la posibilidad de negociar una rebaja del interés con la entidad financiera (novación), o de trasladarlo a otra entidad que ofrezca unas condiciones mejores (subrogación). Estableciendo como norma el 1% como comisión máxima de cancelación de un préstamo de tipo variable (para los de tipo fijo no se debe poner limitación alguna). Además de estos porcentajes, las operaciones de subrogación y novación deben seguir considerando la exención del Impuesto sobre Actos Jurídicos Documentados, y se reducen los costos de notario y registro al 50% de sus aranceles.

Tomar como índices de referencia interbancaria a un año, para préstamos hipotecarios de tipo variable el EURIBOR (promovido por la Federación Bancaria Europea y que se forma a partir de un panel de medio centenar de entidades, ya que históricamente siempre ha sido mejor que cualquier otra opción). Las entidades financieras suelen recomendar otros índices, pero eso sólo les beneficia a ellos.

Tolerar y permitir poder excederse de pagar en la fecha que señala el estado de cuenta sin intereses moratorios 3 veces al año, pudiendo quedar ello a discreción del deudor, principalmente en tiempo de crisis y recesión o cuando el crecimiento económico no rebase el 4% anual. O reducir la tasa moratoria en la mitad de la tasa ordinaria, sin que el banco cobre intereses a partir de la fecha en que se haya incurrido en mora y dando 1 mes como fecha para que se liquide el adeudo vencido. Después de ello causara interés moratorio.

Modernizar y eficientar el registro catastral, a fin de que se pueda consultar desde Internet, "eso bajará los precios de las transacciones, ya que no se necesitarán valuadores. Se escrituraría a valor catastral".

Introducir un periodo de carencia -también denominado "de gracia"- que rebaje la cuota mensual en los préstamos que contratan sus clientes. Por el esfuerzo económico que supone.

Se debe de permitir los traspasos de crédito hipotecario entre instituciones bancarias para consolidarla en una sola, sustitución de una entidad financiera por otra como acreedora de un préstamo hipotecario, bancos privados, cajas de ahorros, cooperativas de crédito, sociedades de crédito hipotecario (subrogaciones en los préstamos hipotecarios). Esto ayudará a no pagar tantos intereses ya que el traspaso de saldos, sería debido a que los bancos ofrecen tasas más atractivas con procedimientos claros para llevar a cabo la consolidación de la deuda, sustitución que deberá cumplirse a mas tardar como plazo máximo de 15 días naturales, formalizando con el deudor la novación modificativa del préstamo hipotecario.

Aceptar un abanico más amplio de garantías como aval para esos créditos, más de una y de diversa índole. Donde a mayor garantías menor tasa de interés.

Esquema de ventas anticipadas: Las viviendas ocupadas por sus dueños constituyen, en términos financieros, un capital muerto que se encuentra simplemente inerte o en estado de reposo, sin que brinde mayores beneficios a su propietario que la posibilidad de habitarlo aún que ya no se apegue a sus necesidades y requerimientos vigentes. Lo más fácil es siempre pensar en que se puede vender esa vivienda y volverla dinero líquido, para con esos recursos buscar otra vivienda comprada o rentada, y con el remanente tratar de financiar y cubrir todos los gastos. Pero esto no resulta tan simple en la realidad. Para muchos resulta una tarea titánica el solventar la transición de una vivienda a otra, eso sin contar el grave problema emocional de abandonar el inmueble. Esto es una realidad que tarde o temprano se presenta en un gran número de familias, aún de aquellas que aparentemente más acaudaladas, y que podría tener soluciones semejantes a las que han tomado en otros países, en dónde por ejemplo han estructurado un esquema de ventas anticipadas, donde el actual propietario, puede vender su vivienda a una institución, la que haciendo un cálculo actuarial como los que se hacen para los seguros de vida y tomando en consideración la edad y expectativa de vida, paga un precio descontado por la vivienda que adquiere, con lo que el vendedor dispone desde ese momento de los recursos para seguir viviendo, de manera más cómoda, en la que fue su propia casa, misma que no recibirá la empresa adquirente, sino hasta el fallecimiento de la persona cuando deberá ser entregada por la sucesión del vendedor. Hay muchos casos en que los que hubieran sido los herederos de la casa no requieren de recibir esa herencia porque tienen resuelto su problema económico y de cualquier forma recibirán el remanente de dinero que hubiere al momento del fallecimiento de su padre o madre.

Un mayor uso del seguro hipotecario, que generaría que los bancos y las Sofoles estén en condiciones de ofrecer en el mediano plazo enganches de 0%. “El seguro hipotecario permitirá que las familias tengan una propiedad con mayor rapidez, con enganches del 0% al 5% y tasas más competitivas” y no incrementaría el costo del crédito para una vivienda, lo que hace es compartir el riesgo entre la institución financiera y la aseguradora. Actualmente, ya comienzan a usarse, existiendo 2 firmas autorizadas que ofrecen este tipo de seguro: AIG United Guaranty y Genworth Financial. Para los intermediarios, este instrumento ha impulsado las bursatilizaciones hipotecarias, ya que funciona como garante para que se realicen de una forma certera y eficiente.

Crear un nuevo programa de reestructuración de préstamos (plan de modificación de préstamos) que busque ayudar a abatir la crisis de ejecuciones hipotecarias apoyando a propietarios de vivienda que adeudan al menos 3 mensualidades de sus pagos. Donde los nuevos pagos hipotecarios iniciales incluyendo impuestos y seguro, no deberán totalizar más de 38% del ingreso mensual de los propietarios de vivienda, previo a descuentos fiscales. Mientras suspender la ejecución de hipotecas

(detener las ventas de propiedades hipotecadas), mientras evalúan si los prestatarios cumplen con los requisitos para un nuevo programa de reestructuración de préstamos. El cambio no aplica a casas desocupadas. Con ello proporcionar certidumbre a muchas familias. En la actualidad, las instituciones bancarias llevan a cabo medidas preventivas para evitar un crecimiento de la cartera vencida, pero deben de ofrecer esquemas de reestructura que incluyen una quita hasta del 35% del crédito hipotecario.

Modificar en este mismo periodo la deducción de impuestos por la compra de una primera vivienda, cuando los ingresos sean inferiores a 30 mil pesos. Así como deducciones de impuestos para, entre otros, propietarios de viviendas que liquiden su hipoteca

Obtener créditos bancarios, preferentemente en pesos y con tasas de interés y pagos fijos y no indexados al salario mínimo.

Conclusiones

En la década pasada, un consenso ha emergido “los bancos comerciales convencionales son incapaces o muy lentos de proveer acceso de financiamiento en los mercados emergentes”. Para atender con suficiencia la demanda de créditos para la vivienda en los próximos 20 años y desarrollar mecanismos alternos de financiamiento, resulta indispensable desarrollar mejores opciones de otorgamiento de créditos en el que puedan participar diversos sectores de la población.

La estabilidad macroeconómica es un prerequisite para la expansión sostenible del financiamiento a la vivienda, una economía y crecimiento estable, necesario aquellos tiempos de los años 30s y 60s (Alberto J. Pani, fue capaz de sacar a México de la recesión y Antonio Ortiz Mena, periodo del desarrollo estabilizador, en el que los salarios multiplicaron su poder adquisitivo en 80% respectivamente, donde prácticamente no hubo inflación). México sigue siendo un país de pobres, y la caída en los ingresos no es tan sólo una percepción, lo que en nada ayuda a mejorar la adquisición de vivienda. Se requieren, mejores condiciones en los esquemas de crédito, bajas tasas de interés parecen ser la clave en la expansión del Mercado hipotecario. El difícil acceso al crédito para los más desprotegidos, trae como consecuencia que caigan en manos de empresas que al hacer préstamos de alto riesgo elevan su costo, de manera que pueden volverse impagables para muchos, prueba de ello es la amortización negativa en muchos casos, lo que significa un pago total de prácticamente el doble del préstamo original.

Toca a los gobiernos locales, estatal y federal tomen cartas en el asunto y hagan lo que está en sus manos, para la mejora continua del sector. Quienes conducen la política económica del país deben de reconocer esta realidad, para poder cumplir su misión, ya no es posible mantener la ortodoxia en la que lo importante es sostener las metas fiscales a toda costa y el control de la inflación mientras que el bienestar de los más de 112,000,000 de mexicanos no importa. A pesar de que el financiamiento a la vivienda permanece subdesarrollado en muchas partes del mundo -inestabilidad macroeconómica con inflación y tasas de interés altas, bajo crecimiento, sistemas legales débiles que no protegen adecuadamente los intereses de los prestamistas, además de una infraestructura subdesarrollada de los mercados de financiamiento a la vivienda, también como subdesarrollados y pobres regulaciones bancarias y de mercados de capital-, es necesaria la aportación de ideas que den una base promisorias, para originar una demanda adicional de créditos a la vivienda y que inspiren a inducir la adopción de mejores

estándares. A casi 30 años de aplicación del modelo neoliberal, ha demostrado su fracaso, debe cambiarse, el PIB apenas creció 0.5%.

Referencias Bibliográficas

Libros:

Campos, P. (2008). *Los pobres también ahorran*, NEXOS, núm. 213.

Gonzales Arrieta, G.M. (2005). *El crédito hipotecario y el acceso a la vivienda para los hogares de menores ingresos En América Latina*. México: Revista de la cepal 85.

Martínez, J. L. (2005). *Tasas de interés y evolución reciente del crédito bancario en México (1995-2002)*. México. Editorial Porrúa.

Orman's, S. (2006). *Financial Guidebook*. United States of America. Edit. Three Rivers Press,

Ortiz Martínez, G. (1994). *La reforma financiera y la desincorporación bancaria*. México: Editorial Fondo de Cultura Económica.

Ortiz Palacios, L. Á. (2005). *Desregulación financiera y transformación de los mecanismos de financiamiento y fondeo a la inversión*. Revista Economía Informa. México: UNAM/FE. No. 337.

Fuentes electrónicas

Merrill Lynch. (2011). www.merrilllynch.com.mx/

Sociedad Hipotecaria Federal, SHF. (2010). www.shf.gob.mx

LA COMPETITIVIDAD DE LA POLÍTICA FISCAL EN LA ECONOMÍA INTERNACIONAL A TRAVÉS DEL ANÁLISIS FACTORIAL DE CORRESPONDENCIAS

José César Lenin Navarro Chávez, América Ivonne Zamora Torres
americazt@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

La política fiscal tiene la función de lograr un estado óptimo de nivel de empleo y crecimiento económico pero sin inflación de demanda que conlleve al bienestar de la sociedad (Samuelson, 1984). Sin embargo, para que esto suceda deben existir las condiciones siendo una de las principales funciones del Estado establecer una estructura eficiente, equitativa y promotora de la competitividad, haciendo frente a las necesidades de gasto en desarrollo social y económico en el país, propiciando el contexto necesario para que las empresas puedan florecer, aumentar su productividad y competitividad.

Por lo que el objetivo de este trabajo es medir el impacto de las diferentes variables que inciden en la política fiscal, y en la economía real, obteniendo un índice de competitividad en política fiscal a través del Análisis Factorial de Correspondencias. Análisis que se divide en seis fases: a) las pruebas de confiabilidad, b) el cálculo de una matriz que exprese la variabilidad conjunta de las variables, c) la extracción del número óptimo de factores, d) la rotación de soluciones para facilitar su interpretación, e) la estimación de las puntuaciones gráficamente, y f) la determinación del índice de competitividad.

En los resultados obtenidos en la competitividad de la política fiscal, destaca el posicionamiento que tiene Francia, seguida por Argentina, Malta, Noruega, Bélgica, Suiza, Brasil, Italia, Australia, Reino Unido y Canadá.

Por su parte México se localiza en la posición número 19 en materia de competitividad en política fiscal con 3.1 puntos lo que lo ubica en la media (3.1).

Palabras clave: Análisis Factorial de Correspondencias, multidimensional, multivariable, competitividad, política fiscal.

Abstract

Fiscal policy has the function to achieve an optimal state of level of employment and economic growth but without inflation of demand that leads to the welfare of society (Samuelson, 1984). Nevertheless, in order that this happens there must be conditions to be one of the principal functions of the State to establish an efficient, equitable structure and promoter of the competitiveness, facing to the needs of expense in social and economic development in the country, propitiating the necessary context in order that the companies could bloom, increase their productivity and competitiveness.

So the aim of this work is to measure the impact of the different variables that affect fiscal policy, and in the real economy, obtaining an index of competitiveness in fiscal policy through the Analysis Factorial of Correspondences. Analysis that is divided in six phases: a) the tests of reliability, b) the

calculation of a counterfoil that expresses the joint variability of the variables, c) extracting the optimal number of factors, d) rotation for easy solutions interpretations, e) the estimation of the scores graphically, and f) the determination of the competitiveness index.

The results obtained in the competitiveness of the fiscal policy, highlights the positioning that is France, followed by Argentina, Malta, Norway, Belgium, Switzerland, Brazil, Italy, Australia, UK and Canada.

Meanwhile Mexico is located at number 19 in terms of the competitiveness in fiscal policy with 3.1 points, which places it in the mean.

Key words: Factorial Analysis of Correspondences, multivariate, multidimensional, competitiveness, fiscal policy.

1. Introducción

La Política Fiscal es aquella que configura el gasto público y los impuestos, esto con el objetivo de amortiguar las oscilaciones del ciclo económico y contribuir a mantener una economía creciente (Samuelson, 1984). Se entiende como el conjunto de medidas relativas al régimen tributario, gasto público, endeudamiento interno externo del estado, y a las operaciones y situaciones financieras de las entidades (Krugman, 2008) y (Blanchard, 2006).

Sus principales instrumentos son la variación de obras públicas y otros programas de gastos, la variación de gastos de transferencia y la variación cíclica de las tasas impositivas, su eficiencia o ineficiencia depende de la situación concreta en la que se encuentra la economía (Krugman & Maurice, 2010).

Cabe recordar que las tributaciones que son parte de la economía real son a su vez parte del presupuesto de gasto público de los Gobiernos. El monto total de los recursos con los que cuentan los Gobiernos se utiliza para autofinanciarse cubriendo sus gastos administrativos como sueldos y salarios entre muchos otros, cubrir necesidades sociales como son la atención a personas con alto nivel de pobreza, subvenciones y llevar acabo inversiones productivas; siendo estas últimas las que generan crecimiento de la economía al crear fuentes de trabajo, infraestructura como son construcciones viales, puentes, carreteras.

El objetivo de este trabajo es medir el impacto de las diferentes variables que inciden en la política fiscal, y en la economía real, obteniendo un índice de competitividad en política fiscal, para lo cual se obtuvo información de treinta y dos (32) economías, donde se incluyeron los países cuyas monedas son las más comerciadas internacionalmente de acuerdo con el estudio del *Bank of International Settlements (2007)*. Estas economías son: Argentina, Australia, Austria, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, China, Chipre, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Irlanda, Italia, Japón, Luxemburgo, Malta, México, Países Bajos, Noruega, Portugal, Singapur, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suiza, Suecia, Reino Unido, Estados Unidos y la Zona Euro.

Siendo la hipótesis del estudio que la competitividad de los países en materia de política fiscal está determinada por los impuestos a personas morales e impuestos totales, impuestos a personas físicas e

ingresos (porcentaje del PIB), gasto de gobierno porcentaje del PIB, y la deuda del gobierno y pago de impuesto. Para lo cual se tomaron en consideración ocho indicadores: deuda total del gobierno central, gasto como porcentaje del PIB, más alta tasa marginal de impuestos en corporaciones (%), más alta tasa marginal de impuestos en individuos, ingreso excluyendo donaciones o transferencias (% PIB), pago de impuestos (número), ingresos fiscales (% PIB) y tasa de impuestos total (% de beneficio).

2. El Análisis Factorial de Correspondencias

El Análisis Factorial es una técnica estadística multivariante cuyo objetivo principal es la definición de una estructura subyacente en una matriz de datos. El análisis factorial permite resolver el problema del análisis de la estructura de las interrelaciones (correlaciones) existentes en un número elevado de variables y casos, definiendo un número de dimensiones comunes subyacentes, denominadas componentes (Callealta, 2005), (Guillermo & et al, 2010) y (Batista & Joan, 1997).

Por medio de esta metodología se estudia la dependencia entre las variables, la asociación entre atributos logrando una revisión de la intensidad de las atracciones y repulsiones entre las modalidades que pueden presentar las características cualitativas realizándose a partir del estudio de las frecuencias conjuntas observadas y recogidas (Miquel, Bigné, Lévy, Cuenca, & Miguel, 1997).

Adicionalmente del análisis de atracción-repulsión entre modalidades de atributos (variables) diferentes, la técnica del Análisis Factorial de Correspondencias también permite realizar estudios de proximidad (similaridad/disimilaridad) entre las modalidades de una misma variable; es decir, permite evaluar la homogeneidad o sustituibilidad de las mismas. Para esto, se realiza la proyección de las modalidades sobre un espacio métrico en el que se aplica el Análisis de Componentes Principales para facilitar la interpretación causal simple de los comportamientos de similitud-atracción (Kim & Mueller, 1978).

3. Confiabilidad del Estudio de la Dimensión de Política Fiscal: Tabla de Comunalidades y Gráfico de Sedimentación

En la tabla de comunalidades se muestra la proporción de la varianza explicada por el conjunto de factores comunes resultantes, entre mas se aproxima el valor a 1 indica que mejor quedan explicados los indicadores por los factores comunes (Cox & Cox, 1994). En el caso del presente estudio todos los indicadores quedan claramente expresados puesto que su nivel de extracción es mayor que (0.500), siendo particularmente altos los indicadores: ingresos excluyendo donaciones o transferencias (%PIB), gasto como porcentaje del PIB y más alta tasa marginal de impuestos en corporaciones (%), con valores de (0.852), (0.845) y (0.842) respectivamente. Mientras que los niveles más bajos de extracción se dieron en deuda total del gobierno central (0.623) y pago de impuestos (número) con (0.662) el índice de desempeño logístico con un valor de (0.584), seguida del balance de la cuenta corriente con (0.643) (véase tabla 1).

Tabla 1
Tabla de Comunalidades

	Inicial	Extracción
Deuda total del Gobierno Central	1,000	,623
Gasto como porcentaje del PIB	1,000	,845
Más alta tasa marginal de impuestos en corporaciones (%)	1,000	,842
Más alta tasa marginal de impuestos en individuos	1,000	,787
Ingreso excluyendo donaciones o transferencias (% PIB)	1,000	,852
Pago de impuestos (número)	1,000	,662
Ingreso fiscales (% PIB)	1,000	,797
Tasa de impuesto total (% de beneficio)	1,000	,737

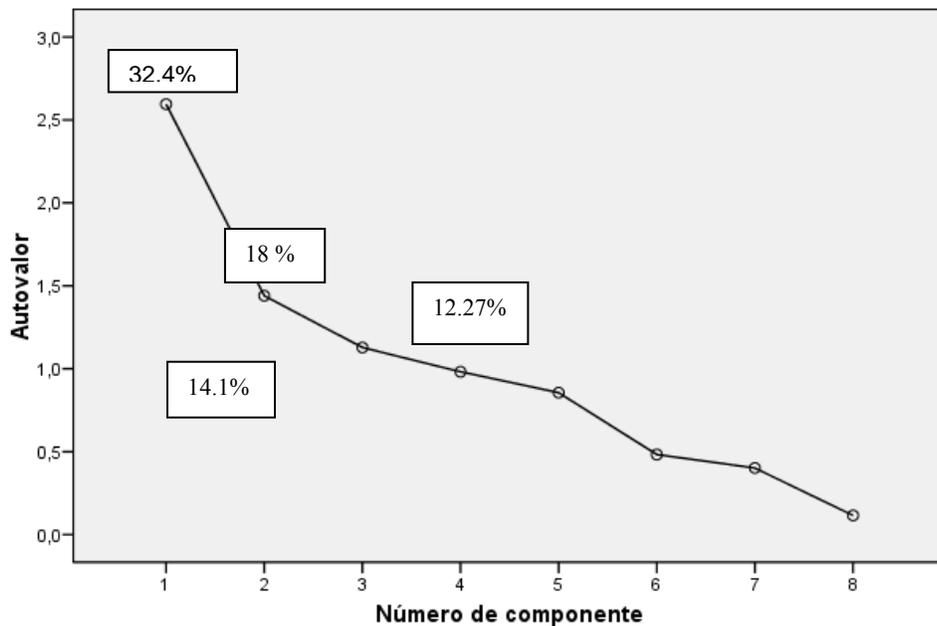
Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos del Análisis Factorial de Correspondencias.

El grado de representación que va tener cada uno de los componentes, es decir, el grado de confiabilidad se obtiene del gráfico de sedimentación, donde cada componente considera cierta proporción de las variables analizadas (Kruskal & Wish, 1981). El primer componente muestra una representación del 32.4 por ciento de la dispersión de las variables, la segunda dimensión el 18 por ciento, la tercera el 14.1 por ciento, la cuarta un 12.27 por ciento, por lo que el porcentaje muestral total es del 76.77 por ciento, de forma tal que se puede afirmar que el estudio es confiable (ver gráfica 1).

Gráfico 1

Gráfico de sedimentación



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos del Análisis Factorial de Correspondencias.

4. Matriz de Componentes y Componentes Rotados de la Dimensión de Política Fiscal

Los resultados que exhibe la Matriz de Componentes se terminan de definir en la Matriz de Componentes Rotados, logrando que cada uno de los indicadores se defina mejor en un solo componente (Pérez, 2006). Esto se aprecia en indicadores como: gasto como porcentaje del PIB, más alta tasa marginal de impuestos en corporaciones (%), más alta tasa marginal de impuestos en individuos y tasa de impuestos total (% de beneficio), donde en la Matriz de Componentes (tabla 2) estas variables arrojan valores importantes en varios componentes sin mostrar un peso dominante en un solo factor. Mientras que, en la Matriz de Componentes Rotados (tabla 3) estos mismos indicadores se definen claramente en un solo componente. De esta forma, todos los indicadores quedan claramente definidos en un espacio factorial, lo que permite un mejor análisis.

Tabla 2
Matriz de Componentes

	Componente			
	1	2	3	4
Deuda total del Gobierno Central	,052	,183	-,747	,168
Gasto como porcentaje del PIB	,557	,109	,271	,670
Más alta tasa marginal de impuestos en corporaciones (%)	-,467	,638	,070	,460
Más alta tasa marginal de impuestos en individuos	-,430	-,527	-,241	,516
Ingreso excluyendo donaciones o transferencias (% PIB)	,896	,224	-,009	,010
Pago de impuestos (número)	,222	-,620	,455	,146
Ingreso fiscales (% PIB)	,864	,220	-,030	-,025
Tasa de impuesto total (% de beneficio)	-,530	,476	,474	-,065

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

4 componentes extraídos.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos del Análisis Factorial de Correspondencias.

Los primeros resultados de la investigación, los obtenemos de la Matriz de Componentes Rotados donde quedan ya, claramente definidos los indicadores en un espacio (Castillo & Rodríguez, 2002). Para la dimensión política fiscal se agrupan los indicadores de la siguiente manera: en el factor uno, quedan alineados los indicadores más alta tasa marginal de impuestos en corporaciones (%) y tasa de impuestos total (% de beneficio); en el factor dos, quedan comprendidos los indicadores más alta tasa marginal de impuestos en individuos, ingreso excluyendo donaciones o transferencias (% del PIB) e ingresos fiscales (% PIB); en el factor tres, el gasto como porcentaje del PIB y, por último, en el factor cuatro los indicadores deuda total del gobierno central y pago de impuestos (número).

La matriz de componentes rotados de manera adicional, da cuenta de la relación que existe entre las propias variables puesto que aquellas que se encuentren correlacionadas o bien que de alguna manera tengan el mismo enfoque o perspectiva de la problemática a estudiar, tenderán a agruparse en un mismo componente o dimensión, lo que permite ver que variables están interconectadas entre si y respecto de la dimensión (véase tabla 3).

Tabla 3
Matriz de Componentes Rotados

	Componente			
	1	2	3	4
Deuda total del Gobierno Central	-,139	-,092	,058	,769
Gasto como porcentaje del PIB	,037	,057	,910	-,109
Más alta tasa marginal de impuestos en corporaciones (%)	,843	-,178	,159	,272
Más alta tasa marginal de impuestos en individuos	-,114	-,876	,049	,064
Ingreso excluyendo donaciones o transferencias (% PIB)	-,324	,647	,565	,100
Pago de impuestos (número)	-,358	-,212	,255	-,651
Ingreso fiscales (% PIB)	-,326	,643	,515	,113
Tasa de impuesto total (% de beneficio)	,790	,062	-,238	-,230

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

La rotación ha convergido en 9 iteraciones.

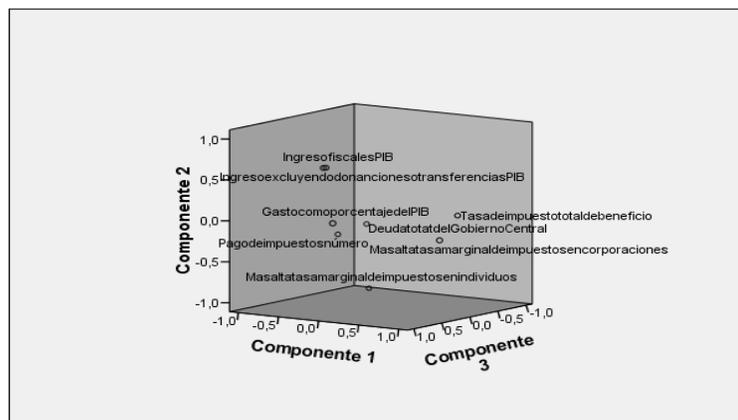
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos del Análisis Factorial de Correspondencias.

5. Gráfico de Componentes en Espacio Rotado

Una vez obtenidas las direcciones sobre las cuales habrán de converger los indicadores es posible transformar esta información en forma visual, ello a efecto de una mayor comprensión, por lo cual los valores de la matriz de componentes rotados se observan como vectores en la gráfica 2. Vectores que van a marcar la posición de los casos.

Gráfica 2

Gráfico de componentes en espacio rotado



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos del Análisis Factorial de Correspondencias.

6. Sub-dimensiones de la Dimensión de Política Fiscal

De acuerdo con los primeros resultados obtenidos, se agrupan los indicadores con aquellos que tengan más asociación y por el grado de la varianza que están explicando, de modo que en la dimensión de política fiscal los indicadores se agrupan en cuatro dimensiones. El primer factor agrupa a los indicadores relacionados con los impuestos para personas morales e impuestos totales, distinguiéndose por ser las de mayor peso al explicar el 32.4 por ciento de la varianza. El segundo factor considera los indicadores que vinculados a los impuestos personas físicas e ingresos como porcentaje del PIB, cuya proporción de la varianza explicada es de 18 por ciento. El tercer factor muestra con una varianza explicada de 14.1 por ciento los indicadores relacionadas con gasto de gobierno porcentaje del PIB. El factor cuatro explica los indicadores que se vinculan con la deuda del gobierno y pago de impuestos siendo del orden del 12.27 por ciento de la varianza (ver tabla 4).

Tabla 4
Proporción de la Varianza Explicada por cada Factor y Sub-dimensión explicada de la Dimensión Política Salarial

Factor	Sub-dimensión	Proporción de Varianza Explicada
Factor 1	Impuestos personas morales e impuestos totales	32.4 %
Factor 2	Impuestos personas físicas e ingresos (porcentaje del PIB)	18.0 %
Factor 3	Gasto de gobierno porcentaje del PIB	14.1 %
Factor 4	Deuda del Gobierno y pago de impuesto	12.27 %

Fuente: Elaboración Propia.

7. Gráficos de Puntuaciones

Se revisan en este apartado los cuatro componentes a través de la representación de la gráfica de puntuaciones.

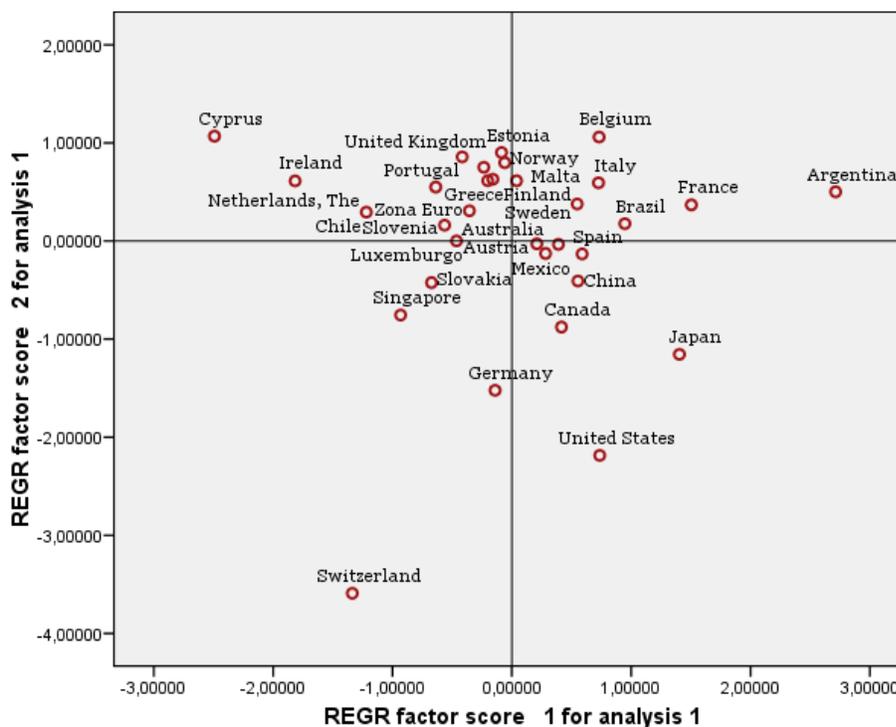
7.1. Impuestos a Personas Morales e Impuestos Totales, y los Impuestos Personas Físicas e Ingresos (porcentaje del PIB): Componentes 1 y 2

El eje de las X muestra los impuestos a personas morales e impuestos totales, englobando: más alta tasa marginal de impuestos en corporaciones (%) y tasa de impuestos total (% de beneficio). Entre más tiendan a la derecha las coordenadas de los países, mejor puntuación tendrán en este componente. Se puede observar que Argentina, es el país mejor posicionada en este eje seguida de Francia, Japón, Brasil, Estado Unidos, Bélgica, Italia, España, China, Canadá, México, y Finlandia. Los países menos posicionados fueron Chipre, Irlanda, Países Bajos, Chile, Suiza, Eslovaquia, Portugal y la Zona Euro.

El eje de las Y revela los impuestos en personas físicas e ingresos (porcentaje del PIB). Los valores de los indicadores ingreso excluyendo donaciones o transferencias (% del PIB) e ingresos fiscales (% PIB) son positivos, así mientras mayores sean mejor ubicados se encuentran los países, mientras que el indicador más alta tasa marginal de impuestos en individuos tiene un valor negativo. Por lo que los países que se encuentren en la parte superior del eje estarán altamente correlacionados con los dos primeros indicadores, mientras que los países que se vinculan con una alta tasa marginal de impuestos en individuos tenderán a ubicarse en la parte inferior de los ejes. En este sentido, los países mejor posicionados respecto a los dos primeros indicadores son Bélgica, seguido en orden descendente de Estonia, Chipre, Reino Unido, Portugal, Noruega, Irlanda, Argentina, Países Bajos, Malta, Finlandia, Francia, Grecia, Zona Euro, Chile, Eslovenia, Australia, Suiza y Brasil. Mientras que, los países posicionados respecto al alta tasa de impuestos a personas físicas fueron Suecia, Estados Unidos, Alemania, Japón, Canadá, Singapur, China, Eslovaquia, México y Luxemburgo.

En el primer cuadrante se encuentran los países con mejor ubicación en relación tanto al eje de las X como al eje de las Y, situándose aquí Argentina, Francia, Brasil, Italia, Bélgica, Suiza y Finlandia (véase gráfica 3).

Gráfica 3
Gráfica de Puntuaciones



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos del Análisis Factorial de Correspondencias.

7.2. Gasto de Gobierno porcentaje del PIB, y Deuda de Gobierno y Pago de Impuestos: Componentes 3 y 4

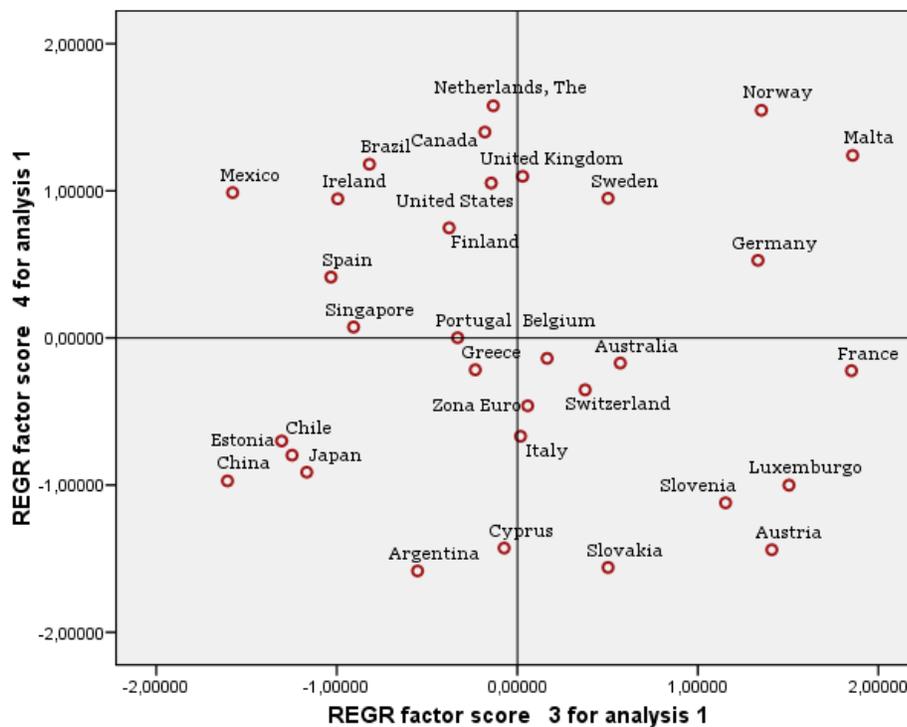
La gráfica 4 relaciona el componente 3 –eje de las X- con el componente 4 –eje de la Y-. Es decir, la dimensión Gasto de gobierno porcentaje del PIB con la dimensión que refleja la Deuda del Gobierno y pago de impuesto.

El componente 3 muestra valores positivos por lo que se encuentran a la derecha los países mejor posicionados respecto a este eje, siendo estos Francia, Malta, Noruega, Alemania, Luxemburgo, Austria, Eslovenia, Eslovaquia, Australia, Suiza, Suecia, Bélgica, Italia y Reino Unido.

En la gráfica 4 se observa que entre más arriba se localicen las economías en el eje de la Y mayor será la influencia del indicador deuda total del gobierno central donde sobresalen entonces con mayor impacto de los indicadores deuda del gobierno y pago de impuesto en su economía Países Bajos, Noruega, Canadá, Brasil, Reino Unido, Malta, México, Irlanda, Estados Unidos, Suiza, Alemania, España, Singapur, Bélgica y Portugal.

Mientras que las economías posicionadas respecto del indicador pago de impuestos son Argentina, Eslovaquia, Chipre, Austria, Eslovenia, Luxemburgo, China, Japón, Estonia, Chile, Italia, Zona Euro, Suiza, Francia, Australia y Grecia.

Gráfica 4
Gráfica de Puntuaciones



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos del Análisis Factorial de Correspondencias.

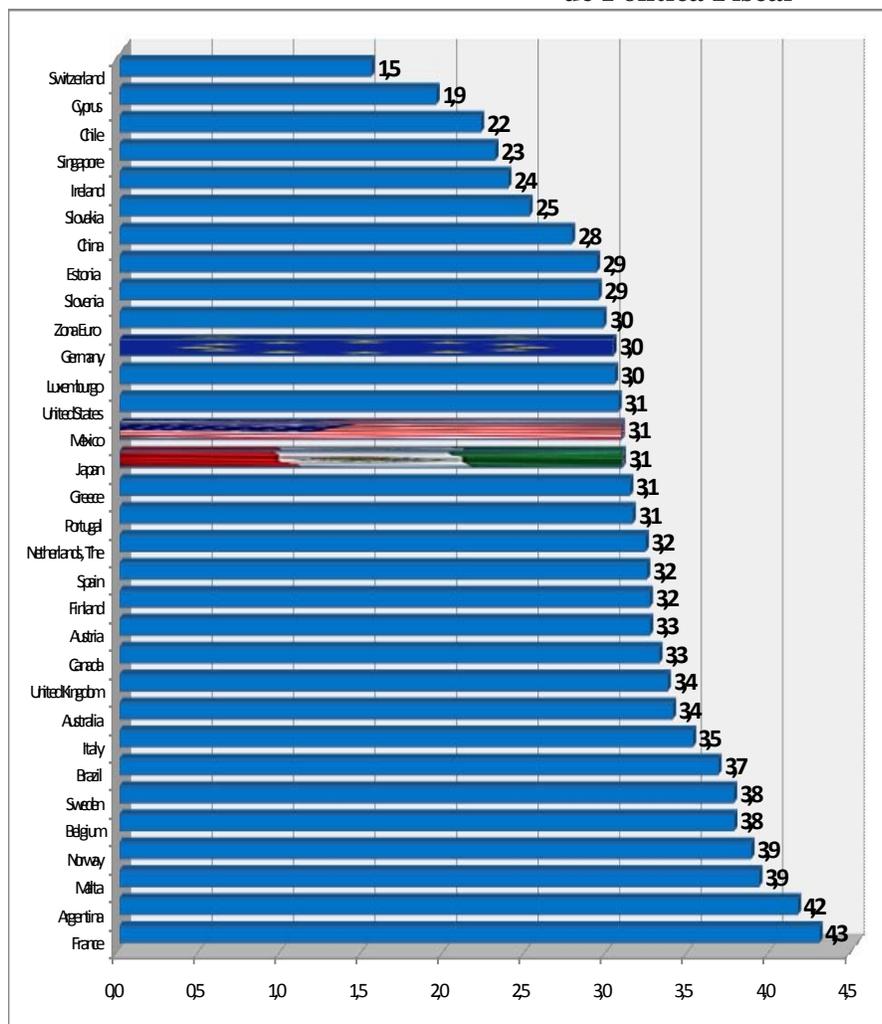
8. Índice de Competitividad: Dimensión Política Fiscal

El índice de competitividad se obtiene en primera instancia para treinta y dos (32) economías (ver gráfica 5) y, en un segundo momento para quince (15) (véase gráfica 7). Esto con la finalidad de observar los países de la Zona Euro de manera desagregada y posteriormente de manera conjunta, lo cual permitirá identificar la importancia individual y global de esta Zona.

El índice de competitividad de la dimensión política fiscal revela que la economía mejor ubicada es Francia seguida en orden descendente de Argentina, Malta, Noruega, Bélgica, Suiza, Brasil, Italia, Australia, Reino Unido, Canadá, Austria, Finlandia, España y Países Bajos. Mientras que en la parte

baja se localizan Suecia, Chipre, Chile, Singapur, Irlanda, Eslovaquia, China, Estonia y Eslovenia (ver gráfica 5).

Gráfica 5
Índice de Competitividad de la Dimensión de Política Fiscal



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos del Análisis Factorial de Correspondencias.

9. Conclusiones

El Análisis Factorial de Correspondencias mediante el tratamiento multidimensional y multivariante, establece coordenadas determinadas por la cercanía o lejanía de las variables en estudio. Si bien las cuatro variables que explican la hipótesis –impuestos personas morales e impuestos totales, impuestos personas físicas e ingresos (porcentaje del PIB), gasto de gobierno porcentaje del PIB y deuda del gobierno y pago de impuesto-, tienen un papel importante en la determinación de la competitividad de la política fiscal, son las dos primeras las que tienen una mayor relevancia. Los impuestos personas morales e impuestos totales explica una proporción de la varianza del 32.4 por

ciento, seguida de los impuestos personas físicas e ingresos (porcentaje del PIB) con el 18 por ciento. Con menor grado de importancia se encuentran el gasto de gobierno porcentaje del PIB y deuda del gobierno y pago de impuesto con el 14.1 y el 12.27 por ciento respectivamente.

Al integrar los resultados de los componentes uno y dos que muestran los impuestos personas morales e impuestos totales (eje de las X), impuestos personas físicas e ingresos (porcentaje del PIB), (eje de las Y), se observa que los países mejor ubicados se localizan en el primer cuadrante, como son Argentina, Francia, Bélgica, Brasil, Italia, Suecia y Finlandia.

Mientras que respecto a los componentes 3 y 4 referentes a el gasto de gobierno porcentaje del PIB, y deuda de gobierno y pago de impuesto, los países que muestran un mejor comportamiento respecto a estas variables son Malta, Noruega, Alemania, Suiza, Reino Unido y Bélgica.

Dentro de las economías mejor posicionadas en el contexto internacional según su índice de competitividad de política salarial se encuentran Francia, Argentina, Malta, Noruega, Bélgica, Suiza, Brasil, Italia, Australia, Reino Unido, Canadá, Austria, Finlandia, España y Países Bajos. Mientras que en la parte baja se localizan Suecia, Chipre, Chile, Singapur, Irlanda, Eslovaquia, China, Estonia y Eslovenia.

México se localiza en la posición número 19 en materia de competitividad en política fiscal con 3.1 puntos lo que lo ubica en la media (3.1). Mientras que la Zona Euro se localizó en la posición 23 con 3 puntos colocándose debajo de México, mientras que Estados Unidos queda una decima por debajo de México colocándose en la posición 11.

Los argumentos que justifican un análisis de competitividad y eficiencia en el sector público son diversos. Entre ellos se encuentran, la magnitud de su actividad económica en el agregado de la economía, la ausencia de competencia en gran parte de los servicios públicos provistos, la necesidad de justificar resultados en un contexto presupuestario restrictivo, el impacto de los servicios públicos en el crecimiento económico y el bienestar de la población, entre otros.

A partir de esta información es esencial que se haga evaluación de la gestión pública, de manera que, tanto los funcionarios públicos como la ciudadanía en general, conozcan el desempeño de los gobernantes municipales y los logros en materia de política fiscal plasmados en el bienestar de la población.

Referencias Bibliográficas

BANK FOR INTERNATIONAL SETTLEMENTS (2008). *Bank for International Settlements*. De: <http://www.bis.org/forum/research.htm>, 21 de Diciembre de 2010

Batista, J. y Joan, S. (1997). *Análisis de Correspondencias y Técnicas de Clasificación: Su interés para la Investigación en las Ciencias Sociales y del Comportamiento*. Barcelona: Universidad de Barcelona, 107-216.

Blanchard, O. (2006). *Macroeconomía*. Madrid : Pearson.

Callealta, F. J. (2005). *A New Measure of Dissimilarity Between Distributions: Application to the Analysis of Income Distributions Convergence in the European Union*. Madrid: Departamento de Estadística, Estructura Económica y O.E.I. 42 – 52.

Castillo, W., & Rodríguez, O. (2002). *Algoritmo de implementación del Análisis Factorial de Correspondencias*. Costa Rica: Universidad de Costa Rica, Escuela de Matemáticas , 8-20.

Cox, T. F.; Cox, M. A. (1994). *Multidimensional Scaling*. Londres: Chapman & Hall, 15-35.

Guillermo, S., & et al.(2010). *Índice de Competitividad para el Municipio de Puebla*. Puebla: Universidad Autónoma de Puebla.

Kim, J., & Muelle, C. (1978). *An introduction to factor analysis: What it is and how to do it*. Beverly Hills, CA: Sage, 167.

Krugman, P., & Maurice, O. (2008). *Economía Internacional*. España: Pearson, 165-167.

Krugman, P., & Maurice, O. (2010). *Fundamentos de la Economía*. España: Pearson.

Kruskal, J.; Wish, M. (1981). *Multidimensional Scaling*. Beverly Hills, CA: Sage Publications, 37-47.

Miquel, S.; Bigné, E.; Lévy, J.P.; Cuenca, A.; Miquel, M. (1997). *Investigación de Mercados*. Madrid: McGraw Hill, 107-123.

Pérez, L. C. (2006). *Técnicas de Análisis Multivariante de Datos*. Barcelona: Pearson/Prentice Hall, 89.

Samuelson. (1984). *Economía*. México D.F.: Mc. Graw Hill.

EVASIÓN TRIBUTARIA Y SU IMPACTO EN LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL DEL SECTOR PETROLERO

Alicia Sánchez de la Cruz asdelacruz@pampano.unacar.mx Universidad Autónoma del Carmen
Nancy Verónica Sánchez Sulú nsanchez@pampano.unacar.mx Universidad Autónoma del Carmen
Manuel Francisco Arjona García m_arjona_g@hotmail.com Universidad Tecnológica de Campeche

Resumen:

El presente trabajo se deriva de las prácticas continuas de las empresas del Sector Petrolero originado por la obtención de Contratos ante PEMEX (Petróleos Mexicanos), generando prácticas evasoras de impuestos.

La administración tributaria juega un papel importante es la aplicación de cualquier sistema fiscal. La evasión fiscal es un fenómeno complicado de enfrentar, las modificaciones legales no han sido suficiente para erradicar estas prácticas, aunque surgieron nuevos impuestos tales como el IDE (Impuesto a los Depósitos en Efectivos) e IETU (Impuesto Especial Tasa Única) que constituyen un avance significativo para intentar recaudar más impuesto pero también para enfrentar el problema de la evasión Fiscal.

El objetivo del estudio es analizar las causas que originan las prácticas de las empresas del Sector Petrolero y su impacto en su competitividad y en la economía de un país.

Palabras clave: Sector Petrolero, Evasión Fiscal, Impuestos, competitividad.

Abstract

This work is derived from the continuing practices of companies in the oil sector caused by obtaining contracts with PEMEX (Petroleos Mexicanos), generating tax evaders practices. Tax administration plays a significant role is the implementation of any tax system. Tax evasion is a phenomenon difficult to address, the legal changes have not been enough to eradicate these practices, but raised new taxes such as the IDE (the tax on cash deposits) and flat tax (Special Tax Single Rate) that constitute a breakthrough meaningful to try to raise more tax but also to address the problem of tax evasion. The aim of this study is to analyze the causes of the practices of companies in the oil sector and its impact on competitiveness and the economy of a country

Key words: Oil Sector, Tax Evasion, Tax competitiveness.

Introducción

La evasión fiscal es un problema mundial. La recaudación de impuestos en México es muy baja según la OCDE (2010), si bien las tasas impositivas no distan en comparación a otras economías, la captación es muy débil. México obtiene una alta proporción de sus ingresos totales de impuestos relacionados con el petróleo. No obstante no deben ser considerados como una fuente estable de ingresos. Los impuestos son pagos obligatorios que debemos hacer todas las personas al Estado, en la cantidad y forma que señalan las leyes, siendo estos una fuente importante para las finanzas públicas. La ley fundamental de nuestro país es la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en ella se establecen los derechos y obligaciones de sus habitantes y de sus gobernantes. Se trata de la norma jurídica suprema, y ninguna otra ley o disposición puede contrariarla. Es en la Constitución Política donde se establece la obligación de los mexicanos de contribuir para el gasto público del país, pagar impuestos (SAT, 2011). La razón principal de la tributación es el único medio práctico de recaudar ingresos para financiar el gasto público en bienes y servicios. Los impuestos, como parte de la vida económica ha constituido una preocupación constante, desde los trabajos de Allingham y Sandmo (1972), la evasión en el ámbito de las empresas resulta un tema interesante de investigación. El incremento de los impuestos raramente se considera una opción viable para la captación de recursos. Estudios revelan una notable diferencia en la relación de la recaudación de las personas físicas y las personas morales, ya que a pesar de algunas reformas llevadas a cabo en los últimos años, persisten las exenciones fiscales, las deducciones y los regímenes preferenciales, dañando y distorsionando los incentivos y complicando la administración fiscal. Aunque el pago de impuesto es obligatorio también existen aquellos conocidos como free riders quienes son personas que reciben un beneficio por usar y gozar un bien o servicio pero evitando pagar por él.

Empresas Petroleras en el Golfo de México

El Golfo de México, delimitada por los estados de Tamaulipas, Veracruz, Tabasco, Campeche y Yucatán; en esta área se ubican lagunas y planicies costeras consideradas como las más importantes del país, destacando la Laguna Madre, la Laguna de Términos y los Pantanos de Centla, complejos hidrológicos únicos que albergan importantes humedales (Flores- Verdugo, et al., 1992). Entre las materias primas extraídas del mar se encuentra el petróleo, el gas, la sal y diversos materiales de construcción, a los que hay que agregar la extracción directa de energía iniciada en la región hace unos años. El Golfo de México es una de las cuencas de hidrocarburos más grandes del mundo, con una producción superior a las 400,000 toneladas métricas por día y sujeta a un tránsito de buques petroleros que movilizan más de 5 millones de barriles diarios información del Centro de Ecología Pesquerías y Oceanografía del Golfo de México (EPOMEX). Asimismo, el Golfo de México ha utilizado de manera intensa el transporte marítimo. México cuenta con 43 puertos que mueven 152, 458,000 toneladas de carga (Rivera y Villalobos 2001), siendo los más importantes los puertos de Veracruz, Altamira, Coatzacoalcos y Progreso.

Bajo la presión de las actividades petroleras, las ciudades de la cuenca baja (especialmente Cárdenas, Villahermosa y Ciudad del Carmen) experimentaron crecimientos exponenciales. En menos de una década duplicaron y hasta triplicaron sus poblaciones. La población de los cinco estados mexicanos que rodean al Golfo de México en el año de 1990 ascendía a 11, 877,689 y para el año 2000 alcanzó la cifra de 13, 902,925 habitantes, siendo la tasa de crecimiento más alta en el estado de Campeche de 29% y la más baja de 10.9% en Veracruz de acuerdo con informes del Senado de la República (2004). Por ejemplo en Ciudad del Carmen es uno de los municipios de mayor crecimiento del país.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en 1970 su población era de 76,747 habitantes, y en 2000 de 172,076 habitantes, lo que significó un crecimiento de más del 100%. Después de haber desplazado a la actividad pesquera como la principal fuente de ingresos en los estados ubicados al límite con el Golfo de México, el petróleo extraído de esta zona empezó a figurar como la principal fuente de ingresos del país, de aquí su extracción y explotación del petróleo representa un 83% de la producción nacional de petróleo y el 34% de gas natural (Arias y Ireta, 2009).

Efectos de la Evasión Fiscal

Un gran número considerable de empresas han dejado de existir o sencillamente en su posición financiera, producto de una mala administración impositiva, expresada en el incumplimiento de sus obligaciones fiscales y, al mismo tiempo, el Estado ha dejado de percibir los ingresos que se requieren para satisfacer las necesidades públicas, demandadas con urgencia por la sociedad. Al igual la baja capacidad para generar ingresos tributarios, que por décadas han sido compensados con los ingresos petroleros que representan un tercio del total de los ingresos federales, siendo a la fecha un pilar de la finanzas públicas de nuestro país (Charles., 1999; Jimenez., 2003).

La evasión de impuestos surge debido a una decisión del contribuyente de no declarar, total o parcialmente, determinadas operaciones o ingresos que debería acumular para los respectivos efectos fiscales.

Como tal podemos preguntarnos; ¿Cuáles son las causas que originan la evasión fiscal de las empresas mexicanas?, ¿Obtienen beneficios productivos o competitivos las empresas que evaden impuestos?, ¿Repercusiones que generan la baja recaudación fiscal?, ¿La contratación de servicios profesionales motivan la evasión fiscal?

El Sistema Tributario Mexicano en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

Órdenes de Gobierno

Disposición Constitucional

Federación

Art. 31 IV. Obligación del ciudadano de contribuir para el Gasto Público Federal.
Art. 73 VII. Facultad para imponer contribuciones necesarias para cubrir el presupuesto.

Estado

Art. 31 IV. Obligación del ciudadano de contribuir para el Gasto Público Estatal.
Arts. 117 y 118. Restricciones expresa a la potestad tributaria de los Estados.
Art. 124. Las facultades que no estén expresamente a la Federación, se entienden reservadas a los Estados. En consecuencia, los Estados tienen un poder tributario genérico, con la limitante de no gravar las materias exclusivas de la Federación.



Art. 31 IV. Obligación del ciudadano de contribuir para el Gasto Público Municipal.
 Art. 115 IV. Conformación de la Hacienda Pública Municipal.
 - Contribuciones que las legislaturas establezcan a favor de los Municipios.
 - Contribuciones que establezcan los Estados Sobre:
 * Propiedad Inmobiliaria * Su división, consolidación, traslación o mejora
 * Su fraccionamiento * La prestación de servicios públicos a cargo del Municipio

Fuente: Cámara de Diputados (2005)

Impacto Económico de la Evasión Fiscal

De acuerdo con la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), la evasión fiscal en México representa del 20 al 44 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB). La Organización Internacional del Trabajo (OIT) la estima en 57 por ciento y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) en 30 por ciento. El problema de la baja recaudación fiscal de alguna manera ha sido resuelto con elevados ingresos petroleros. Durante el periodo 2003-2007, la federación obtuvo 69.93% de los ingresos petroleros totales, los cuales representan el 33.25% del total de ingresos del sector público (Ibañez 2009). Aunado a la integración a la economía mundial probablemente necesite un nivel tributario más elevado para lograr que el gobierno desempeñe un mejor papel en la recaudación y dejar la dependencia petrolera, sin crear al mismo tiempo desincentivos económicos, especialmente al recaudar más recursos provenientes del impuesto sobre los ingresos de las personas físicas.

Autor	Objeto de estudio	Foco de Interés	Factores Considerados	Resultados
Spicer y Lundsfdt	Evasión Fiscal	Factores determinantes	Probabilidad de sanción	Relación negativa
			Renta	Relación ambigua
			Edad	Relación negativa
			Experiencia con inspección	Relación positiva
			Satisfacción por servicios públicos	Relación positiva con la renta
Mason y	Evasión y	Comparación	Evasión	Mas respuestas

Calvin (1978)	sistema impositivo en general	temporal de respuestas sobre evasión y sistema impositivo		favorables a la evasión
			Justicia del sistema impositivo	Menos respuestas favorables sobre justicia del sistema
			Niveles de renta	Relación negativa entre ingresos y probabilidad de evasión
Dean et al. (1980)	Evasión fiscal	Opinión sobre ineficiencia del sector publico	Ineficiencia del sector publico	Correlación entre opinión sobre ineficiencia del sector público y nivel de evasión
Warneryd y Walerud (1982)	Evasión fiscal	Tipos impositivos	Tipos marginales	Relación positiva con descontentos con los tipos marginales
De Juan (1995)	Fraude fiscal	Causas del comportamiento fraudulento y estrategias correctoras	Predisposición al fraude Utilidad esperada	Relacionada con: Relación intercambio Percepción de equidad Principio de solidaridad Situación económica del sujeto
			Oportunidades	Dependen de características internas y externas: Generalidad en el entorno Empresarios Profesionales liberales Pequeños empresarios y autónomos en menor medida.
Forett y Sheffrin (2002)	Cumplimento fiscal	Percepciones de injusticia, percepción de complejidad y cumplimiento	Percepción de complejidad del sistema fiscal	Simplificar el sistema fiscal puede no tener efectividad en la detección de la evasión
			Percepción de justicia del sistema	No encuentran relación entre percepciones de complejidad e injusticia
			No cumplimiento	Aumentos en la percepción de justicia están relacionados con mayor cumplimiento.

Fuente: Martínez, (2007).

La teoría sobre evasión fiscal aparece en la década de los 70 como una aplicación específica de la teoría económica del crimen desarrollada por Gary Becker a fines de los 60. El análisis teórico de la relación entre impuestos y las decisiones del individuo preocupado sobre los efectos del impuesto sobre sus ingresos. Generando el trabajo que dio origen al desarrollo posterior sobre evasión (Allingham y Sandmo , 1972) presenta un modelo en el cual la evasión es el resultado de la decisión tomada por el individuo que genera la utilidad, decisión que dependerá de la estimación de los costos y beneficios esperados de evadir. Andreoni et al. (1998) identifica tres clases de razones que se han utilizado durante la década de los noventa para justificar la aparente baja evasión observada respecto de la predicha por los principales modelos estrictamente económicos; las reglas morales o sentimientos; las evoluciones de justicia del aparato fiscal; y las evoluciones sobre los gastos del gobierno y la corrupción. Elffers (2000) establece que hay distintas etapas o fases en la decisión de evadir. Como primero, el contribuyente debe estar motivado para evasión, en segundo, que no todo el mundo tiene la inclinación a ocultar concreta su intención en acción; tercero los que tienen disposición o intención y busca la oportunidad. (ITAM, 2006), los métodos utilizados según la OCDE para estimar la evasión fiscal tales como:

- ✓ Los métodos indirectos basados en información cruzada
- ✓ Los métodos basados en auditorías aleatorias
- ✓ Los métodos basados en las declaraciones de los contribuyentes
- ✓ Los métodos basados en encuestas
- ✓ Los métodos basados en el uso de modelos analíticos
- ✓ Los métodos basados en experimentos de laboratorio

La evasión es más alta en aquellos donde la percepción de la gente sobre la eficiencia del gasto público es negativa (Smith, 1992). También cuando la sociedad considera que la carga fiscal no es de manera equitativa provoca que aumente la evasión (Spicer y Becker, 1980). Es por ello que la eficiencia de un sistema impositivo no depende únicamente de un exitoso sistema de promoción del desarrollo económico sino también de un aparato tributario eficaz, eficiente, objetivo y libre de corrupción.

Se considera que los ingresos petroleros han permitido relajar los esfuerzos en la recaudación tributaria.

La evasión fiscal tiene un importante componente relacionado con la capacidad del fisco para detectar y sancionar una conducta omisiva relacionada con el cumplimiento de la obligación tributaria.

Conclusión

Se argumenta que la variación en la recaudación fiscal se debe a distintos factores entre los que destacan, la diferencia en marcos legales e institucionales, diferencias en tratamientos especiales para ciertos sectores de la industria o de la población, diferencias en las bases gravables, países con mayor inversión pueden recaudar más, que incluye existencia de un alto o bajo sector informal, el otro factor la evasión y la eficiencia administrativa (ITAM, 2006). La evasión es muy alta por lo que se debe incrementar la cultura de pago, aplicación estricta de la ley, evitar la corrupción.

Bibliografía

Allingham, M., Sandmo, A. (1972). Income Tax Evasion: A Theoretical Analysis. Journal of Public Economics. Pp 323-338.

Andreoni, J., Erard, B., y Feinstein, J. (1998). Tax Compliance, *Journal of Economic Literature*, No 36, 1, pp. 818-860.

Arias, J.M. e Ireta, H. (2009). *Pesca y petróleo en el Golfo de México*. Asociación Ecológica Santo Tomás A.C. pp. 8-34.

Cámara de Diputados (2005). El Ingreso Tributario en México. Recuperado el 15 de Octubre de 2011, de <http://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/cefp0072005.pdf>

Charles, A. (1999). Impacto social de la baja recaudación fiscal en México. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lfis/ruiz_f_a/capitulo3.pdf. consultado en 01 de septiembre 2011.

Elffers, H. (2000): But Taxpayers do Cooperate, en Vugt, M.V. et al. *Corporation in Modern Society*. Routledge, Londres, pp. 184-194.

Ibañez, M. (2009). Impacto fiscal del IETU en el OUTSOURCING en México. IPN, Pag,26.

ITAM. (2006). Medición de la evasión fiscal en México. Centro de Economía Aplicada y Políticas Públicas.

Flores, V. F., González, F. D., Zamorano, S. y Ramirez P. (1992). *Mangrove ecosystem of the Pacific Coast of México: Distribution, structure, litterfall and detritus dynamics*. In: SEELIGER, U. (Ed.) *Coast plant communities of Latin America*. Academic Press. Pp. 259-288.

Martínez, F., Pilar (2007). Decisiones de comportamiento irregular y evasión fiscal en la empresa. Un análisis causal de los factores organizativos). Universidad de Málaga, pp 1-396.

OCDE. (2010). Perspectivas OCDE: México Políticas Clave para un Desarrollo Sostenible.

Senado de la República. (2004). *Diario de los debates de la Cámara de Senadores del Congreso de los Estados Unidos Mexicanos*. núm. 9, pp. 68-80.

Servicio de Administración Tributaria, SAT. (2011). Por que pagar impuestos. http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/6_880.html. Consultado 01 de septiembre.

Smith Kent. (1992). Reciprocity and Fairness: positive incentives for tax compliance. En Smelrod Joel Why People pay taxes Tax Compliance and Enforcement. Michigan Press.

Spicer M. y Becker L. (1980). Fiscal Inequity and Tax Evasion: an experimental approach. *National Tax Journal*.

EL JUICIO FISCAL EN LINEA

Francisco Sánchez Chanona, Universidad Michoacana.
Jonathan Pastor Gómez, Universidad Michoacana.

Resumen

El juicio en línea, es decir a través de internet, en la materia contenciosa administrativa se instaure en nuestro país debido a la implementación del nuevo sistema de impartición de justicia administrativa, el cual entro en funciones el pasado mes de agosto de este 2011. Razón por la cual, se realiza un análisis respecto de la implementación, importancia y trascendencia de la novedosa forma de impartición de justicia administrativa en línea, así como el estudio de la substanciación electrónica del juicio contencioso administrativo federal, para luego pasar al tema de la sentencia y posteriormente a una introducción sobre la definición de los medios de impugnación. Este sistema de juicio en línea será utilizado para la promoción, sustanciación y resolución del Juicio en Línea, así como para la consulta de los Expedientes Electrónicos que se generen.

Para poder usar este sistema se requiere tramitar físicamente en el Tribunal una clave de acceso, una contraseña y un correo electrónico para recibir notificaciones, con una vigencia permanente.

Además se habilitará la FIEL expedida por el SAT, individual del promovente a fin de gestionar, sustanciar y notificar los acuerdos, resoluciones y otras actuaciones que se dicten en los juicios

Sera necesario para que el Sistema de Justicia en Línea funcione, que las autoridades demandadas igualmente cuenten también con su clave de acceso, su contraseña y su correo electrónico oficial para recibir notificaciones.

Lo anterior, debido a la innovación, utilidad, necesidad y trascendencia que representan las nuevas tecnologías en el ámbito jurídico. Con lo cual se busca que la instrumentación de este medio de impartición de justicia sea acorde con el principio constitucional de una justicia pronta y expedita.

Abstract:

The trial line, it means through the Internet, the administrative contentious matters is established in our country due to the implementation of the new delivery system of administrative justice, which took office last August of 2011. Reason, an analysis regarding the implementation, importance and significance of the novel form of delivery of administrative justice in line and the study of electronic substantiation of federal administrative action which, before going on the subject of the sentence and then to an introduction on the definition of the means of challenge a legal settlement. This online trial system will be used to promote, conduct and resolution of Judgement Online, as well as consultation of electronic records that are generated.

To use this system requires the Court physically handle a password, a password and an email address to receive notifications with a permanent effect.

It also enabled FIEL issued by the SAT, individual petitioner to manage, and report to substantiate the decisions, resolutions and other actions that are handed down in court.

It will be necessary for the Online Justice System works, also demanded that the authorities also have their key of access, their password and an e-mail address for official notifications.

It is intended that the implementation of this method of administration of justice be consistent with the constitutional principle of a prompt and expeditious justice.

INTRODUCCIÓN

Atento al desarrollo y auge de las nuevas tecnologías informáticas y de comunicación y su aplicación en el campo del Derecho, así como al rezago que presenta en forma general la impartición de justicia en México, siendo incluido entre al Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa con motivo del incremento de su competencia que supera a su estructura, resulta oportuno la instrumentación del juicio contencioso administrativo federal en línea a través de la plataforma tecnológica denominada Sistema de Justicia en Línea, con el fin de una justicia administrativa pronta y expedita. Como se podrá apreciar en el desarrollo del presente trabajo.

Así una de las principales aplicaciones de las nuevas tecnologías de la información y comunicación electrónica en el ámbito jurídico es sin duda alguna el juicio en línea que contempla la Ley Federal de Procedimiento Contencioso Administrativo publicada en el Diario Oficial de la Federación el 1 de diciembre de 2005 y contenido en el capítulo X del Título II de la misma, capítulo adicionado y que de acuerdo al Transitorio Tercero del Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley Federal de Procedimiento Contencioso Administrativo y de la Ley Orgánica del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 12.06.2009, El Tribunal deberá realizar las acciones que correspondan, a efecto de que el Juicio en Línea, inicie su operación situación que se dio finalmente el 7 de agosto de 2011.

La adecuación de las Tecnologías de la información y Comunicación a la legislación positiva de nuestro país y sus ventajas podemos ya apreciarlas en este tipo de juicios. Es posible dividirlos en dos aspectos fundamentales; la economía procesal que otorga a las partes y al órgano jurisdiccional al permitirles presentar sus promociones, pruebas, anexos, oficios y resoluciones, tanto interlocutorias como definitivas y todas las demás actuaciones que deriven de la substanciación del juicio, a través de medio electrónico; tal y como lo cita el artículo 58-D de la Ley, garantizando su seguridad, inalterabilidad, autenticidad, integridad y durabilidad conforme a los lineamientos que expida el tribunal; y la inherente economía en recursos financieros que esto originará al evitar desplazamientos innecesarios entre las ciudades donde se origine el juicio y la sede de la sala regional del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa que le corresponda, gastos de papelería y tiempo. Por lo que el juicio en línea traerá consigo, al menos en teoría, honorarios más bajos para las partes y una reducción de costos para los tribunales.

EL SISTEMA DE JUSTICIA EN LÍNEA

1. REGULACIÓN LEGAL

El Sistema de Justicia en Línea se implementa en nuestro país mediante decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley Federal de Procedimiento Contencioso Administrativo y de la Ley Orgánica del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 12 de junio de 2009. A través de esta plataforma tecnológica todo el juicio contencioso administrativo se tramitará a través de internet.

2. CLASIFICACIÓN

El Sistema de Justicia en Línea está compuesto por 3 subsistemas:

- **Juicio en línea:** Subsistema para la sustanciación y resolución del Juicio en Línea.
- **Juicio tradicional:** Subsistema para el registro y control del Juicio Tradicional.

- **Información Estadística:** Compuesta de dos módulos. El primer módulo correspondiente al Banco de Sentencias y Criterios Relevantes. El segundo módulo consistente en el Tablero de Indicadores de Gestión y Reportes de Operación. Este subsistema de información estadística permitirá el almacenamiento, organización y explotación de información estadística del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa, así como compartir el conocimiento del mismo.

3. ANTECEDENTES DEL PROYECTO

El proyecto del juicio en línea como una herramienta jurídica-informática para una mejor impartición de justicia en materia administrativa comenzó su desarrollo desde el año de 2008. En virtud de que el antiguo Tribunal Fiscal en el año de 2002, se convirtió en un tribunal administrativo para conocer de todas las materias en el ámbito administrativo con la nueva denominación de Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa y con ello se incrementó su competencia. Actualmente la estructura del Tribunal no ha crecido en comparación con el aumento de su competencia, esta situación ha sido apremiante para el Tribunal por el crecimiento del número de asuntos como consecuencia del aumento de su competencia en los últimos años, lo que ha impactado en el desarrollo y calidad del despacho de los asuntos. Esta situación conlleva a la búsqueda de soluciones viables para una impartición de justicia pronta y expedita, tal y como lo consagra la garantía constitucional establecida en el artículo 17 de nuestra Carta Magna.

Es de destacarse, que ante el Tribunal Fiscal se ventilan juicios de interés económico elevado. El interés económico involucrado en los juicios que se ventilan en el Tribunal es del orden de 376 mil millones de pesos (considerando el 66% del inventario de los asuntos).¹⁴¹

En nuestro país sobre el tema de las nuevas tecnologías resulta que en el ámbito administrativo y más aún en el comercio se aplican de manera exitosa las tecnologías en los siguientes campos:

- ❖ Comercio electrónico
- ❖ Firmas electrónicas-Código Fiscal de la Federación
- ❖ Contratos electrónicos
- ❖ Declara-SAT
- ❖ Declaranet
- ❖ Banca Electrónica
- ❖ IFAI
- ❖ Firma electrónica en los juicios de amparo contra la Ley del ISSSTE
- ❖ Concilianet-Profeco
- ❖ (FESE)
- ❖ (SEP) Uso de medios informáticos.

Tal y como se desprende del proceso legislativo el 26 de marzo de este año el Ejecutivo Federal envió al Congreso la Iniciativa correspondiente. El 15 de abril la Cámara de Diputados aprobó el dictamen por 313 votos a favor y cero en contra. El 28 de abril la Cámara de Senadores aprobó el dictamen por 83 votos a favor y cero en contra. El 12 de junio se publicó en el Diario Oficial de la Federación.

141

Iniciativa con proyecto de decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de las Leyes Federal de Procedimiento Contencioso Administrativo, y Orgánica del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa, presentada por el Ejecutivo Federal el 26 de marzo de 2009.

4. DEFINICIÓN DEL SISTEMA DE JUSTICIA EN LÍNEA

El decreto en estudio adiciona a la Ley Federal de Procedimiento Contencioso Administrativo el artículo 1-A entre otros, que establece una serie de definiciones referentes a la nueva modalidad del juicio en línea y precisamente en la fracción XIV se define al Sistema de Justicia en Línea, entendiéndose por -justicia en línea- a la plataforma tecnológica-informática que va permitir al Tribunal registrar, controlar, procesar, almacenar, difundir, transmitir, administrar y notificar todo el juicio en sus distintas etapas.

En la Iniciativa con proyecto de decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de las Leyes Federal de Procedimiento Contencioso Administrativo, y Orgánica del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa. Presentada por el Ejecutivo Federal el 26 de marzo de 2009. “Se prevé la implementación de un ‘Sistema de Justicia en Línea’ por parte del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa para la substanciación del juicio en línea, el cual deberá garantizar la inalterabilidad, autenticidad, durabilidad y seguridad de todos los documentos, promociones y actuaciones que se ingresen en el mismo y que conformen los expedientes que serán electrónicos”.

5. OPERACIÓN

Este nuevo sistema de justicia en línea se aplicará a partir de que transcurran 18 meses contados al inicio de la vigencia del Decreto aludido tal y como lo establece el artículo tercero transitorio de dicho Decreto, lo que significa que en diciembre de 2010, estará en operación esta novedosa modalidad de sustanciar el juicio contencioso administrativo.

Los juicios que se encuentren en trámite se resolverán conforme a las disposiciones vigentes a la fecha de la presentación de la demanda, como lo establece el artículo séptimo transitorio.

Este plazo servirá para la planeación, diseño, capacitación, difusión del proyecto, la definición e implementación de la plataforma tecnológica; la convocatoria y las respectivas bases de licitación para el óptimo desarrollo del proyecto.

6. BENEFICIOS

Con este nuevo sistema de impartición de justicia la resolución del juicio se reducirá considerablemente. Este nuevo juicio electrónico en materia contenciosa administrativa federal implica la necesidad de impartir la justicia administrativa de manera más eficaz y en armonía con lo consagrado en el artículo 17 constitucional. Por lo que se hace uso de las nuevas tecnologías informáticas que permiten una impartición de justicia pronta y expedita, mediante una reducción de costos, tiempo, papel y distancias y con miras a la adopción de juicios electrónicos en otros tribunales de nuestro país.

Al respecto el Magistrado Faustino Hidalgo Ezquerro, de la Sala Regional Peninsular del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa en un acto encabezado por el Magistrado Presidente del Tribunal, Francisco Cuevas Godínez, afirmó: “El sistema de justicia en línea será un sistema complejo por el ámbito de competencia del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa; sin embargo será una herramienta innovadora para alcanzar el objetivo de una impartición de justicia pronta y expedita.”

Por otra parte en el Dictamen de la Comisión de Hacienda y Crédito Público presentado el 15 de abril de 2009 (Cámara de Diputados) se establece que el nuevo sistema de justicia en línea:

Permite aprovechar dichas tecnologías para una mejor impartición de justicia, tanto desde una perspectiva interna, facilitando el control, consulta, manejo, almacenamiento y análisis, necesarios para la toma de decisiones, la gestión y la resolución de los asuntos; y por otra parte, también permite mejorar los servicios que se presenten a las partes que pretendan se les administre justicia mediante un acceso más simplificado al juicio contencioso administrativo.¹⁴²

EL JUICIO EN LÍNEA

1. ANTECEDENTES

El juicio de nulidad tiene su antecedente remoto en el recurso de exceso de poder que instrumenta el del Estado francés.¹⁴³ A través del juicio de nulidad se busca el control de la legalidad de los actos administrativos.

2. EFECTOS

En este tema considero necesario destacar la distinción entre el contencioso de mera anulación y de plena jurisdicción:

- ❖ Contencioso Objetivo o de mera anulación tiene como finalidad restablecer el orden jurídico violado, es decir, Controlar la legalidad del acto y tutelar el derecho objetivo, limitándose la sentencia a anular el acto impugnado por vicios de legalidad.
- ❖ Contencioso Subjetivo o de plena jurisdicción tiene como finalidad declarar el derecho subjetivo del actor y condenar a la administración a hacer efectivo tal derecho.¹⁴⁴

Así, el contencioso administrativo que se aplica en nuestro país, a través del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa, debe ser considerado un órgano de jurisdicción mixta, parte anulación y parte plena jurisdicción.¹⁴⁵

142 Dictamen de la Comisión de Hacienda y Crédito Público, presentado el 15 de abril de 2009 (Cámara de Diputados), p. 5.

143 MÁRQUEZ GÓMEZ, Daniel, "Algunos problemas que se advierten en el juicio de nulidad regulado en el Código Fiscal de la Federación", Cisneros Fariás, Germán; Fernández Ruiz, Jorge, López Olvera, Miguel Alejandro; Coords., Márquez Romero, Raúl, Coord. Editorial, Edición: Becerra B., Gabriel, Formación en computadora: Rendón Martínez, Juan, Proceso para la Biblioteca Jurídica Virtual: García Castillo, Margarita, Justicia Administrativa. Segundo Congreso Iberoamericano de Derecho Administrativo, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2007, p. 299.
<http://www.bibliojuridica.org/libros/5/2391/13.pdf>, 2007, Consultado el 24/10/11.

144 AGUIRRE PANGBURN, Rubén, Las sentencias con efectos generales, XII Congreso Nacional de la Academia Mexicana de Derecho Fiscal, A.C., 14 de septiembre de 2009, p. 4.

145 MÁRQUEZ GÓMEZ, Daniel. Op. cit., p. 304.

3. JUICIO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO EN LA MODALIDAD EN LÍNEA

En cuanto a la nueva modalidad de tramitar el juicio contencioso administrativo en línea instaurado recientemente por decreto de 12 de junio de 2009, se precisa que está previsto en la Ley Federal de Procedimiento Contencioso Administrativo que dicho juicio va ser promovido, substanciado y resuelto en todas sus etapas a través del portal de internet del Tribunal, es decir, a través del Sistema de Justicia en Línea. De la misma manera para los procedimientos previstos en el artículo 58 de la Ley citada referentes a asegurar el pleno cumplimiento de las sentencias.

En efecto, el juicio en línea será substanciado a través de internet. El Internet es definido por Víctor Manuel Rojas Armandi como: El conjunto de servidores de archivos distribuidos en todo el mundo e interconectados mediante un sistema maestro de redes de cómputo.¹⁴⁶

De esta forma, la exposición de motivos de la iniciativa de decreto de 12 de junio de 2009 señala: “el juicio contencioso administrativo federal en la modalidad de juicio en línea conserva el procedimiento del juicio tradicional pero con las ventajas de las nuevas tecnologías, al cual le serán aplicables todas las disposiciones de la propia Ley Federal de Procedimiento Contencioso Administrativo, y en el que sólo varían aspectos formales para su tramitación.”¹⁴⁷

El juicio en línea se tramitará desde la presentación de la demanda hasta el dictado de su sentencia a través del Sistema de Justicia en Línea. Con esto se busca tener un sistema de repartición de justicia más eficiente y, de alguna forma, actualizado.¹⁴⁸

Los beneficios que ofrece este sistema electrónico, además de agilizar los juicios, ofrece la ventaja de un banco de datos actualizado de las demandas que ingresan y de los juicios resueltos.

“El avance en materia de Derecho e Informática, al menos en la parte legislativa, es importante. Pero debemos tratar de anticiparnos, o al menos mantener el paso de la innovación tecnológica”.¹⁴⁹

4. CARACTERÍSTICAS DEL JUICIO EN LÍNEA

Entre las características principales del aludido juicio se citan las siguientes:

- El Juicio en Línea consiste en que toda la tramitación del juicio contencioso-administrativo, desde la demanda hasta la sentencia, se realice a través de la Internet.
- El Juicio en Línea es un espejo del juicio tradicional.
- El juicio tradicional y el Juicio en Línea van a coexistir para asegurar un pleno acceso a la justicia.
- El particular tendrá el derecho a decidir la vía en la que se tramite el juicio. (Tradicional o en línea), La “garantía de audiencia” y la “seguridad jurídica” en el Juicio en Línea se garantizarán plenamente.

¹⁴⁶ ROJAS ARMANDI, Victor Manuel, El uso de internet en el Derecho, Oxford University Press, 2001, p. 1.

¹⁴⁷ Exposición de motivos de Iniciativa presentada por el Ejecutivo Federal, el 26 de marzo de 2009.

¹⁴⁸ OJEDA, Felipe, “¿Está listo México para los juicios en línea?” <http://alt1040.com/2009/03/esta-listomexico-para-los-juicios-en-linea>, Consultada el 14/10/11.

¹⁴⁹ LÓPEZ CASTRO, Ramón, “¿Utopía o Realidad Jurídica? Aproximación al Juicio Electrónico”, p.1. <http://legal.terra.com.mx/EnLinea/Articulos/articulo/269defa>, Consultada el 24/10/11.

- Una vez que el particular optó por promover el Juicio en Línea, todas las actuaciones efectuadas por la autoridad, incluyendo su contestación, deberán ser presentadas por Internet.
- En los juicios de lesividad, también el particular demandado, al contestar la demanda, elegirá la vía mediante la cual habrá de tramitarse y resolverse el juicio de que se trate.
- Las partes podrán presentar todas sus promociones a través del Sistema de Justicia en Línea, las 24 horas del día dentro de los plazos procesales previstos por la Ley.
- Para ello habrá que acceder al portal del Tribunal y registrar la clave de acceso y contraseña que previamente se tramitó en el propio Sistema.
- Las promociones presentadas a través del Sistema de Justicia en Línea deberán ser autorizadas por las partes con la Firma Electrónica Avanzada, la cual producirá los mismos efectos legales que la firma autógrafa y garantizará la integridad del documento.
- Las partes podrán consultar el estado procesal de su expediente, desde cualquier computadora, las 24 horas del día y los 365 días del año a través de la página Web del Tribunal.
- Los acuerdos, oficios y resoluciones que deban notificarse personalmente a los particulares o por oficio a las autoridades, se realizarán a través del Sistema de Justicia en Línea.
- Los documentos, videos, audio, imágenes que las partes ofrezcan como prueba, incluido el expediente administrativo, deberán exhibirlos en forma legible a través del Sistema de Justicia en Línea y tendrán el mismo valor probatorio que su constancia física.
- En casos excepcionales de pruebas diferentes a las anteriores, deberán ofrecerse en la demanda y ser presentadas ante la Sala que esté conociendo del asunto.¹⁵⁰

Se hace énfasis en el juicio de lesividad toda vez que es obligatorio para la autoridad la presentación de la demanda de nulidad a través del Sistema de Juicio en Línea y una vez emplazado el demandado tendrá la opción de permanecer en la modalidad del juicio en línea o bien optar por la vía tradicional.

5. EXPEDIENTE ELECTRÓNICO

Por otra parte en lo concerniente al expediente electrónico este incluirá: “promociones, resoluciones, oficios, documentos, actuaciones, constancias, notificaciones, solicitudes, incidentes, recursos de reclamación, aclaraciones de sentencia, quejas y demás actos y hechos jurídicos que deriven de la substanciación del juicio.”¹⁵¹

Es evidente que el Juicio en Línea significa un avance valioso en la impartición de justicia y la aplicación del Derecho Informático.

Todo el proceso jurisdiccional que comprende desde la presentación de la demanda y que culmina con la sentencia definitiva se llevará a cabo a través de medios electrónicos excluyendo de esta vía a los medios de impugnación contra las sentencias del Tribunal.

¹⁵⁰ Dictamen de la Cámara de Senadores, 28 de abril de 2009, p. 2.

¹⁵¹ ILLESCAS JIMÉNEZ, Manuel, El juicio en línea, Procedimiento Contencioso Administrativo Federal, México, Dofiscal, 2009, p. 55.

CONCLUSIONES

1. El “juicio en línea” es una herramienta cuyo objetivo es facilitar a los gobernados acudir ante los tribunales para que éstos administren justicia pronta, completa, imparcial y gratuita, cumpliendo con ello con la garantía individual consagrada a favor de los gobernados en el artículo 17 de la CPEUM.
2. Lo cierto es que en nuestro país pocos tendrán acceso a dicho juicio. Las estadísticas demuestran que una parte muy reducida de la población son usuarios de Internet. Esto debido a que la gran mayoría de los mexicanos no cuentan con los recursos suficientes, tanto económicos como educativos, para utilizar este medio.
3. En la instrumentación del juicio en línea debiera constituirse seminarios e incluso un manual en línea para los usuarios sobre la mecánica de esta nueva modalidad de juicio a través de internet, toda vez que la Ley no lo contempla.
4. En concordancia con la garantía constitucional de una impartición de justicia pronta y expedita y atendiendo a los constantes cambios que sufre la sociedad, al avance de las nuevas tecnologías y los beneficios que representan, se sugiere en lo futuro, la implementación de los juicios de amparo electrónicos con la finalidad de modernizar los procedimientos judiciales.
5. Con las reformas y adiciones a la Ley Federal de Procedimiento Contencioso Administrativo no se prevé un sistema de certificación a través de un notario público para resguardar la seguridad jurídica de los documentos aportados dentro del juicio en línea, sino que la veracidad de las documentales se sustenta en el principio de buena fe de las partes, dejando abierta la puerta a una posible inseguridad jurídica.
6. La ley no contempla o implementa la creación de la figura del perito en cibernética, auxiliar en la instrumentación del juicio, en los casos en que se cuestionen circunstancias de índole electrónica relacionadas con los documentos digitales.

FUENTES DE INFORMACION

BIBLIOGRAFÍA

- **AGUIRRE PANGBURN, Rubén**, Las sentencias con efectos generales, XII Congreso Nacional de la Academia Mexicana de Derecho Fiscal, A.C., 14 de septiembre de 2009.
- **ESPINOSA LUCERO, Manuel**, Teoría y Práctica del Contencioso Administrativo Federal; Prólogo Humberto Delgado G, Luis, novena edición analizada conforme a la Ley Federal de Procedimiento Contencioso Administrativo México, Porrúa, 2006.
- **ILLESCAS JIMÉNEZ, Manuel**, El juicio en línea, Procedimiento Contencioso Administrativo Federal, México, Dofiscal, 2009.
- **MÁRQUEZ GÓMEZ, Daniel**, “Algunos problemas que se advierten en el juicio de nulidad regulado en el Código Fiscal de la Federación”, Cisneros Farías, Germán y otros. Justicia Administrativa. Segundo Congreso Iberoamericano de Derecho Administrativo, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2007.
- **MARTÍNEZ GODÍNEZ, María Concepción**, “Los documentos electrónicos. Un enfoque hacia el proyecto de Juicio Contencioso Administrativo en Línea”, Praxis de la Justicia Fiscal y Administrativa, Instituto de Estudios de Justicia Fiscal y Administrativa, Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa, México, 2009, Boletín, Núm. 1.

- **ROJAS ARMANDI**, Víctor Manuel, El uso de internet en el Derecho, Oxford University Press, 2001, p. 1.

WEBGRAFIA

- **OJEDA, FELIPE**, “¿Está listo México para los juicios en línea?” <http://alt1040.com/2009/03/esta-listomexico-para-los-juicios-en-linea>, Consultada el 14/10/11.
- **LÓPEZ CASTRO, Ramón**, “¿Utopía o Realidad Jurídica? Aproximación al Juicio Electrónico”, p.1. <http://legal.terra.com.mx/EnLinea/Articulos/articulo/269defa>, Consultada el 24/10/11.
- **JALIFE, Mauricio**, “Juicios en Línea” http://www.universopyme.com.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=3397&Itemid=111 Consultado el 24 de octubre de 2011.
- **CUEVAS GODÍNEZ, Francisco**, Informe anual 2008, Presidente del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa, México, Versión estenográfica, 7 de enero de 2009, p. 4. <http://www.tff.gob.mx/DGCS/Discursos/2009/DiscMagFcoCuevasGodinez1erInformeLab.pdf>. Consultado el 24/10/11

HEMEROGRAFIA.

- **Boletín 006/2009**, “El juicio en línea, una inmejorable oportunidad de hacer historia en la impartición de justicia fiscal y administrativa”, Cancún, Q. R., Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa, 27 de agosto de 2009, <http://www.tff.gob.mx>. Consultado el 24/10/11.
- **CARBALLO BALVANERA, Luis**, “La Oportunidad para impulsar un Nuevo Avance en Jurisdicción Administrativa Federal” Revista Jurídica, N° 100, Boletín Mexicano de Derecho Comparado, Biblioteca Jurídica Virtual, enero-abril, 2001, p. 66. <http://info.juridicas.unam.mx/publica/rev/boletin/cont/100/art/art2.htm>, Consultada el 24/10/11.

INCONSISTENCIAS EN LAS DISPOSICIONES FISCALES PARA EL ACREDITAMIENTO DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO, CON EL IMPUESTO CAUSADO EN LOS ACTOS O ACTIVIDADES GRAVADOS, REALIZADOS POR LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS

Miguel López Miranda congfccca@umich.mx

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

Este trabajo determina el impacto económico en el presupuesto de las universidades públicas por la aplicación de las disposiciones fiscales en materia del Impuesto al Valor Agregado. Permite conocer las dificultades financieras que las Instituciones de Educación Superior asumen, como reflejo de las dificultades financieras que el Estado Mexicano tiene para proveerlas de los recursos suficientes que permitan atender una necesidad colectiva tan importante para el desarrollo del país. En ese contexto, después de analizar diversas opciones que pudieran aligerar la carga financiera que las Universidades Públicas tienen; analizando también los efectos que producen los tributos. Se ha considerado que con una investigación cualitativa de las diversas disposiciones fiscales aplicables en materia de impuesto al valor agregado, se puede proponer un procedimiento que disminuya el costo en las inversiones y el gasto de operación de estas entidades.

Palabras clave: Inconsistencia, Disposiciones Fiscales, IVA, IES.

Abstract:

This work determinates the economic impact on public universities because of the application of the financial provisions in the matter of value-added tax. It allows to know the financial difficulties the Superior Education Institutes assume, as a reflection of the financial difficulties that the Mexican State has to provide them with enough resources which allow them to attend a collective necessity so important for the development of the country. On this context, after analyzing different opinions that could reduce the financial load that the Public Universities have; also analyzing the effects produced by the tributes. It has been considered that with a qualitative investigation of the different financial provisions applicable in the matter of value-added tax, it can be proposed a procedure that reduces the cost on investments and the operation expense of these organizations.

Key words: Insubstantiality, Financial provisions, IVA, IES.

I. Introducción.

Después de analizar diversas opciones que pudieran aligerar la carga financiera que las Universidades Públicas tienen; analizando también los efectos que producen los tributos. Se ha considerado que con una investigación cualitativa de las diversas disposiciones fiscales aplicables en materia de impuesto al valor agregado, se puede proponer un procedimiento que disminuya el costo en las inversiones y el gasto de operación de estas entidades.

Los presupuestos de egresos de las universidades públicas, contemplan en mayor medida el pago de servicios personales de los trabajadores académicos y administrativos, con todas las prestaciones

laborales¹⁵² inherentes a los mismos, además de las aportaciones para los fondos de pensiones¹⁵³, tienen una parte del mismo, destinado al gasto de operación; que se aplica en los rubros de materiales, suministros y servicios generales, así como en la construcción y equipamiento de los espacios universitarios.

El importe del gasto en los rubros citados al final del párrafo que nos antecede, incluye el importe del impuesto al valor agregado trasladado, en los términos de la propia Ley, para el adquirente de los bienes o servicios, por lo que en dichas erogaciones, las instituciones de educación superior pagan en lo general¹⁵⁴ un costo adicional del 16% por el impuesto al valor agregado que pueden repercutir, lo que evidentemente merma los de por sí escasos recursos públicos recibidos.

Este trabajo, no solo puede presentar una opción viable para la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, sino para todas las Universidades e Instituciones de educación Superior¹⁵⁵ y además, mostrarle al Estado un camino para apoyar financieramente a la educación superior en el país, con los mismos recursos públicos que las universidades reciben, sin esperar siempre al incremento de los subsidios presupuestales.

Se establece como *objetivo* “Determinar el impacto económico que tiene en el presupuesto de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo; la aplicación de las diversas disposiciones legales aplicables, en la determinación de los saldos a cargo o a favor por el acreditamiento del Impuesto al Valor Agregado trasladado a las Universidades Públicas en la adquisición de bienes, pago de servicios independientes y del uso o goce temporal de bienes, contra el Impuesto al Valor Agregado causado por dichas instituciones en los actos o actividades gravadas realizadas por ellas”

II. Fundamentación y marco teórico.

El fundamento legal del problema planteado se muestra inicialmente en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su artículo 3, fracciones V, VII y VIII que textualmente señalan:

“Artículo 3.- Todo individuo tiene derecho a recibir educación. El Estado —federación, estados, Distrito Federal y municipios—, impartirá educación preescolar, primaria y secundaria. La educación preescolar, primaria y la secundaria conforman la educación básica obligatoria.

...

V. Además de impartir la educación preescolar, primaria y secundaria señaladas en el primer párrafo, el Estado promoverá y atenderá todos los tipos y modalidades educativos —incluyendo la educación inicial y a la educación superior— necesarios para el desarrollo de la nación, apoyará la investigación científica y tecnológica, y alentará el fortalecimiento y difusión de nuestra cultura.

...

VII. Las universidades y las demás instituciones de educación superior a las que la ley otorgue autonomía, tendrán la facultad y la responsabilidad de gobernarse a sí mismas; realizarán sus fines de educar, investigar y difundir la cultura de acuerdo con los principios de este artículo, respetando la libertad de cátedra e investigación y de libre examen y discusión de las ideas; determinarán sus planes y programas; fijarán los términos de ingreso, promoción y permanencia de su personal

¹⁵² En los términos de los contratos colectivos de cada institución.

¹⁵³ De acuerdo con los esquemas de financiamiento establecido en cada institución.

¹⁵⁴ Excepto las ubicadas en la región fronteriza, por la tasa preferencial del 11 %.

¹⁵⁵ La ANUIES, señala en su página web que en noviembre de 2011, tiene 159 afiliadas

académico; y administrarán su patrimonio. Las relaciones laborales, tanto del personal académico como del administrativo, se normarán por el apartado A del artículo 123 de esta Constitución, en los términos y con las modalidades que establezca la Ley Federal del Trabajo conforme a las características propias de un trabajo especial, de manera que concuerden con la autonomía, la libertad de cátedra e investigación y los fines de las instituciones a que esta fracción se refiere, y

VIII. El Congreso de la Unión, con el fin de unificar y coordinar la educación en toda la República, expedirá las leyes necesarias, destinadas a distribuir la función social educativa entre la Federación, los Estados y los Municipios, a fijar las aportaciones económicas correspondientes a ese servicio público y a señalar las sanciones aplicables a los funcionarios que no cumplan o no hagan cumplir las disposiciones relativas, lo mismo que a todos aquellos que las infrinjan.

En virtud de lo anterior, es claro que es una obligación constitucional del estado mexicano, establecer mediante disposiciones legales secundarias las formas en que asignará recursos públicos a las universidades para realizar sus fines de educar, investigación y difusión de la cultura.

En el Proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal de 2011, enviado a la Cámara de Diputados para su análisis, discusión y, en su caso aprobación, por el Presidente de la República, para el Ramo 11, Educación Pública, Actividad Institucional 005, Educación Superior de Calidad, se propone una asignación inicial de recursos de \$ 81'178, 134,073.00 Ochenta y un mil ciento setenta y ocho millones ciento treinta y cuatro mil setenta y tres pesos 00/100 MN (Proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación 2011. Archivo electrónico. SHCP).

En este contexto, el Rector de la Universidad Veracruzana, Dr. Raúl Arias Lovillo, declaró en el marco de la inauguración del Centro de Investigación en Micro y Nanotecnología de la Facultad de Ingeniería Eléctrica, realizada en el puerto de Veracruz, que es insuficiente el presupuesto destinado a las universidades públicas en el proyecto de presupuesto de Egresos de la Federación 2011 (www.guítat.net.mx: noviembre 2011), haciendo referencia en la misma declaración, a un señalamiento de la UNESCO, en el sentido de que es recomendable destinar a la educación superior en cada país cuando menos el 1.5 % del Producto Interno Bruto y que actualmente solo se destina en nuestro país el 0.69 % de dicho Producto Interno Bruto.

Considerando lo anterior, el Presupuesto para las Universidades Públicas para el ejercicio fiscal de 2012, debiera de ser de \$ 176'474,204,506.00 Ciento setenta y seis mil cuatrocientos setenta y cuatro millones doscientos cuatro mil quinientos seis pesos 00/100 MN.

Ahora bien, y para enmarcar el trabajo dentro de los fundamentos legales y teóricos, para darle un antecedente al contexto impositivo que tenemos en México y que presente una serie de inconsistencias, nos es preciso señalar que la doctrina clasifica los diversos impuestos, tomando como base diversos criterios, así por ejemplo, considerando su incidencia en el patrimonio de las personas los clasifica en Directos e Indirectos, o en Reales y Personales, si el impuesto considera la calidad jurídica de las personas, o en impuestos a la renta, al capital o a los consumos, si el criterio de clasificación es el elemento económico que se pretende gravar.

Sea cualquiera de los criterios de clasificación, clasificarlos en nuestro País es jurídicamente irrelevante, pues ninguna de las disposiciones legales aplicables hacen referencia a alguna de las clasificaciones conocidas para la determinación de la obligación fiscal.

En ese contexto el Impuesto al Valor Agregado podría clasificarse conforme el criterio de incidencia como un impuesto indirecto, en virtud de que el efecto económico del pago del impuesto no incide en el patrimonio del sujeto pasivo principal, pues este lo puede trasladar al adquirente del bien o del servicio, o al usuario del bien.

Así mismo tomado de base el segundo de los criterios antes comentados, el Impuesto al Valor Agregado se puede clasificar como un impuesto real, en virtud de que no toma en cuenta la calidad jurídica de las personas y grava solo manifestaciones aisladas de riqueza o capacidad contributiva.

Por último, desde un punto de vista económico, el impuesto grava los gastos o los consumos, esto es manifestaciones de riqueza, pero no la riqueza misma en ninguna de sus dos manifestaciones, la riqueza en formación o que se genera (la renta) ó la riqueza consolidada (el capital).

Por sus características teóricas, considerando cualquiera de los criterios de clasificación, el Impuesto al Valor Agregado es efectivamente un impuesto real, no debiera de tomar en cuenta la calidad jurídica de las personas, pues inclusive el objeto de dicho gravamen, establecido en el artículo 1 de la Ley del Impuesto al Valor Agregado, señala “.Están obligadas al pago del impuesto al valor agregado establecido en esta ley, las personas físicas y morales que, en territorio nacional, realicen los actos o actividades siguientes...”, esto es la obligación del pago del impuesto recae indistintamente en las personas físicas o las morales, si estas realizan los actos o actividades establecidas en el numeral en comento.

Considerando lo anterior, la Ley debería de contener una sola tasa proporcional, a todos los actos o actividades objeto del impuesto.

Sin embargo, el ordenamiento legal, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre de 1978, y que inicio su vigencia el 1 de enero de 1980, plantea en su exposición de motivos la necesidad de implementar una tasa especial para la llamada región fronteriza, con el ánimo de hacer competitivo el comercio de las ciudades fronterizas con las de los estados fronterizos del norte y del sur país, argumentando que de esta forma los ciudadanos mexicanos no tendrían que cruzar las fronteras para adquirir bienes o servicios, pues las tasas de impuestos al consumo en los Estados Unidos y en Belice son inferiores a la tasa del 10 % que inicialmente estableció la Ley.

También, con el argumento de no afectar a las personas con menos recursos económicos o de no afectar determinadas ramas de las actividad económica, algunos de los actos ó actividades objeto del impuesto fueron eximidas del pago del impuesto.

Lo anterior distorsionó las características de un impuesto real o indirecto, al darle en varios momentos características de un impuesto personal ó un impuesto directo.

Es un tema de actualidad, por la globalización de las economías y por la importancia de este elemento en el bienestar de los países, la validez de los fines extra-fiscales de los impuestos, como pueden ser los argumentos vertidos en la exposición de motivos de la Ley del Impuesto al Valor Agregado.

Señala Sergio Francisco De la Garza, en su libro Derecho Financiero Mexicano (1985: 403), citando a Adam Smith y su obra “La Riqueza de la Naciones”, que dicho autor dedico una parte de la misma al estudio de los impuesto y estableció cuatro grandes principios, que por su acierto, comenta el mismo De la Garza, continúan inspirando a las legislaciones modernas.

Los cuatro principios de la tributación que desarrolló en su trascendental obra económica Smith (Trad. española, Aguilar, Madrid, 1936: 634), son el principio de justicia, certidumbre, comodidad y economía.

Por el tema objeto de esta investigación, me referiré esencialmente al principio de economía, que Smith lo enunció “Los impuestos, pueden sacar o impedir que entre en los bolsillos de la población, una cantidad mucho mayor que la que hacen ingresar al tesoro público,...”, (Smith: 685-686). Es claro que si el Estado pretende desarrollar una actividad económica, lo puede lograr

disminuyendo las tasas impositivas y por el contrario si la quiere contener, lo puede también lograr aumentando las mismas.

Lo anterior es lo que los estudiosos del derecho fiscal denominan fines extra-fiscales de los impuestos, pues no debemos de olvidar que todos los habitantes de un Estado, tenemos la obligación moral de sostener al gobierno, pues la población lo crea para satisfacerle sus necesidades colectivas, deber moral que se convierte en deber cívico para los mexicanos al establecerse la obligación constitucional de contribuir para los gastos públicos en la fracción IV del artículo 34 de nuestra ley fundamental.

En este tema, la doctrina reconoce que con referencia a los fines puede haber tres clases de impuestos: los impuestos con fines exclusivamente fiscales, cuyo único objetivo es producir ingresos al erario, tal debería ser el caso del Impuesto al Valor Agregado, los impuestos con fines fiscales y extra-fiscales al mismo tiempo, tales como el impuesto sobre la renta, que persigue además de la producción de ingresos el fomento económico del país y la distribución de la riqueza o el impuesto especial sobre producción y servicios a las bebidas embriagantes o al tabaco, que aparte de producir ingresos buscan combatir el consumo de dichos productos como problema de salud pública, y por último los impuestos con fines exclusivamente extra-fiscales, que persiguen fines sociales, económicos, que por su estructura y mecanismo no pueden producir ingresos al fisco. Es evidente que mientras los impuestos con fines fiscales y al mismo tiempo extra-fiscales no resultan prohibidos por el precepto constitucional (CPEUM, Artículo 31, Fracción IV), los últimos si son violatorios del mismo, pues la obligación de contribuir solo se sustenta si la contribución se destina al gasto público, para la satisfacción de las necesidades colectivas.

En virtud de lo anterior, la estructura actual de la Ley del Impuesto al Valor Agregado distorsiona los propósitos de un impuesto de sus características, pues pretende fines extra-fiscales que un impuesto real no puede determinar. Un ejemplo de lo anterior es la tasa preferencial del 0 % a la enajenación de medicina de patente, cuyo trato se justifica al considerar que se beneficia a las personas con menor capacidad económica, cuando en un análisis muy simple se puede mostrar que la generalización de la tasa del 16 % en la enajenación de medicinas de patente, no beneficia a las clases más desprotegidas,, pues si consideramos que conforme a los datos del último censo de población y vivienda 2010, publicados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, vistos en su página web www.inegi.org.mx, la población en México es de 110.9 millones de habitantes, y conforme al último reporte de pobreza en México 46.2 millones de mexicanos se encuentran en la pobreza (CONEVAL, MCS-ENIGH: 2008-2010), por lo que conforme a los indicadores de medición de esos 46.2 millones de mexicanos pobres, 31.8 millones no tienen acceso a servicios de salud, por lo que 28.6 % de la población en nuestro país no le afectaría la modificación de la tasas del impuesto al valor agregado, pues en este momento ya no tienen capacidad de compra de medicinas.

Ahora bien, dentro del sistema nacional de salud, el Instituto Mexicano del Seguro Social, conforme a lo señalado por la Dirección de Incorporación y Recaudación del propio instituto, al 31 de diciembre de 2010, tienen servicios médicos 52.3 millones de derechohabientes y el Instituto de Seguridad Social al Servicio de los Trabajadores del Estado, en su anuario estadístico 2006-2009, publica que la población derechohabiente a esa fecha era de 11.5 millones, por lo que a 63.8 millones de personas el sistema nacional de salud le proporciona las medicinas y no les afectaría una modificación a la tasa.

Lo anterior muestra numéricamente que el beneficio de la tasa preferencial del 0 % del impuesto al valor agregado, solo incide en el patrimonio de 15.3 millones de mexicanos, los que estadísticamente corresponden a la franja de personas que pertenecen a las clase media y alta del país

y que no se verían afectado por una modificación a la tasa del impuesto al valor agregado en la enajenación de medicinas de patente.

La misma perspectiva tienen los actos o actividades exentas, pues en lugar de resultar en una disminución del impacto económico del impuesto en los consumidores, por la mecánica de acreditamiento establecida en la Ley, el precio de los bienes y servicios se incrementa, pues el enajenante de los bienes o el prestador de los servicios asume el monto del impuesto que no puede acreditar al costo de los mismos y lo traslada a los consumidores en el precio de los artículos o de los servicios.

Tal es el caso de la prestación de servicios profesionales de medicina, que al ser una actividad exenta del pago del impuesto al valor agregado, el impuesto que los contribuyentes que prestan este tipo de servicios y que pagan al adquirir insumos o bienes para el desempeño de su actividad profesional o los servicios que pagan por la misma, se incrementa en el costo lo que resulta en una disminución de sus utilidades o en un incremento en el precio de sus servicios.

En el caso anterior se pueden ubicar los organismos públicos descentralizados, como las Universidades Públicas, cuyos actos o actividades, producto de sus actividades sustantivas, se encuentran eximidas del pago del impuesto y en consecuencia el impuesto que estas pagan lo absorben en sus costos y gastos, disminuyendo sus recursos y limitando sus posibilidades de cumplir con mejores posibilidades sus funciones de docencia, investigación y extensión de la cultura.

En efecto, el artículo 15, en su fracción IV, señala que “art. 15.- No se pagará el impuesto por la prestación de los siguientes servicios:...IV.- Los de enseñanza que preste la Federación, el Distrito Federal, los Estados, los Municipios y sus organismos descentralizados, y los establecimientos de particulares que tengan...”, por lo que el impuesto al valor agregado que estas entidades públicas paguen en la adquisición de bienes o pago de servicios deberán considerarlo como parte del valor de adquisición de los mismos por no existir actos o actividades gravadas, contra cuyo impuesto causado se pudiera acreditar dicho impuesto.

Lo anterior, aún y cuando el artículo el artículo 3 de la propia Ley del Impuesto al Valor Agregado, en su segundo párrafo establece la obligación de los organismos públicos descentralizados de pagar el impuesto al establecer que “La Federación, el Distrito Federal, los Estados, Los Municipios, así como sus organismos descentralizados y las instituciones públicas de seguridad social, tendrán la obligación de pagar el impuesto únicamente por los actos que realicen que no en lugar al pago de derechos o aprovechamientos,...”, por lo que en el curso de la investigación, analizaremos y plantearemos que actos o actividades, que realizan las Universidades Públicas, causan el impuesto al valor agregado al no dar lugar al pago de derechos.

Ahora bien, la oración siguiente, del precepto legal citado en el párrafo que antecede, es precisamente el que da origen al motivo de la investigación, pues una interpretación literal del mismo, no ha sido aceptada por las autoridades fiscales, con argumentos diversos que analizaremos a la luz de las diversas fuentes formales del derecho fiscal. Dicho texto señala “...y solo podrán acreditar el impuesto al valor agregado que les haya sido trasladado en las erogaciones o el pagado en la importación, que se identifique exclusivamente con las actividades por las que estén obligados al pago del impuesto establecido en esta Ley o les sea aplicable la tasa del 0 %...”.

Las Universidades Públicas, han dependido desde su nacimiento, de los recursos públicos que perciben de la Federación y de las Entidades Federativas, a través de convenio de apoyo financiero, conforme lo establecen la Ley General de Educación y la Ley de Coordinación Fiscal, sin embargo, en los últimos años y debido a las dificultades financieras del Estado Mexicano, la universidades han desarrollado un proceso de extensión de la cultura y vinculación con los diversos sectores de la sociedad, que le han permitido obtener recursos a través de la realización de proyectos de investigación o prestación de servicios, que al no ser conceptualizados como Derechos, por el Código Fiscal de la Federación ó los Códigos Fiscales o Financieros de las entidades federativas dan

lugar el pago del impuesto al valor agregado, contra él que pudiera acreditarse el impuesto que les haya sido trasladado, como lo señala el citado segundo párrafo del artículo 3 de la Ley del Impuesto al Valor Agregado, sin embargo, como identificar cual de ese impuesto trasladado se identifica exclusivamente con los actos o actividades gravados, si las universidades públicas para el desempeño de sus actividades, como la extensión de la cultura, la difusión del conocimiento y la vinculación, emplea necesariamente toda la infraestructura con que cuenta, las inversiones que realiza en equipos y los servicios que paga para su funcionamiento.

En ese trato preferencial que se pretendió darle a la prestación de servicios de enseñanza, al eximirlos del pago del impuesto al valor agregado, se incurrió en una inequidad fiscal con una repercusión financiera, pues los costos en inversiones y los gastos de operación de las universidades se ven incrementados al considerar como parte de los mismos el impuesto al valor agregado que pagan en la adquisición de dichas inversiones o en la erogación de dichos gastos.

El análisis que este trabajo plantea, es mostrar que aún y cuando se aplique la mecánica de distribución proporcional del impuesto al valor agregado acreditable, señalada en el artículo 5, fracción V de la Ley, puede resultar en un menor impacto económico en el patrimonio de las universidades públicas e inclusive en la determinación de saldos a favor, que pueden ser objeto de devolución en los términos del artículo 22 del Código Fiscal de la Federación, lo que permitirá a estas instituciones de educación superior, disminuir sus costos de inversión y operación.

Por solo comentar un dato, durante el ejercicio fiscal del 2010, la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, invirtió en la construcción de edificios universitario 230 millones de pesos, costo que tiene incrementado el impuesto al valor agregado y que pudo acreditarse y tal vez determinar un saldo a favor.

Inclusive, citaremos en el transcurso del trabajo un antecedente que analógicamente puede darnos la pauta, para primero establecer un criterio válido ante las autoridades fiscales o ante los órganos jurisdiccionales, que permita el acreditamiento total del impuesto trasladado a las universidades y que además pueda servir de base para proponer, a través de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, por sus siglas ANUIES, una modificación al artículo 15, fracción V, y una adición al artículo 2 A, de la Ley del Impuesto al Valor Agregado.

Dicho antecedente se presentó hace algunos años, con los organismos operadores de agua potable, quienes pueden ser entidades privadas u organismos públicos descentralizados municipales y quienes, prestan el servicio de suministro de agua potable, cuya actividad es objeto del impuesto al valor agregado y establecía una exención a la prestación del servicio en el suministro de agua potable para consumo doméstico, pero que a través de diversas disposiciones administrativas se consideraba actividad sujeta a la tasa del 0 %, con el propósito de apoyar financieramente a los municipios en la prestación de tan vital servicio público, lo que concluyó con una modificación legal y se adicionó una fracción al artículo 2 A de la Ley y el artículo 6 al mismo ordenamiento legal, que reguló la determinación de saldos a favor de impuesto al valor agregado que generan los organismos operadores de agua potable y su devolución, para aplicarlos en el pago de derechos de agua o en infraestructura física.

En virtud de lo anterior y considerando que no existe en este país una necesidad más apremiante para resolver los diversos problemas estructurales que tenemos, que la educación, el planteamiento de un estudio que muestre a las autoridades fiscales, a los legisladores y a las propias autoridades educativas, que una adecuación a las disposiciones fiscales en materia de impuesto al valor agregado podrían disminuir el costo en las inversiones y el gasto de operación de las universidades públicas, que a su vez fortalecería la estructura financiera de estas para el cumplimiento de sus actividades sustantivas, a través de un mecanismo claro y transparente de acreditamiento, devolución y aplicación del impuesto al valor agregado.

Conveniente será que también los responsables de las instituciones de educación superior deben estar consientes de que el cumplimiento correcto de las disposiciones fiscales, es una obligación de todos, incluidos los entes públicos, pues inclusive, una de las funciones de fiscalización implementadas por las autoridades fiscales, la confronta de información entre particulares, se vería reforzada al cumplir cabalmente con las obligaciones de informar de sus operaciones con terceros.

También importante es señalar que en los últimos años la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo ha cumplido satisfactoriamente con su obligación de proporcionar a los michoacanos y a muchos mexicanos, una educación de calidad.

En el marco del proyecto de Saneamiento Financiero 2011, presentado por su Rector, el Dr. Salvador Jara Guerrero, en la Dirección General de Educación Superior Universitaria, de la Subsecretaría de Educación Superior de la Secretaría de Educación Pública, para participar el Fondo de apoyo para saneamiento financiero de las Universidades Públicas Estatales por debajo de la media nacional en subsidio por alumno, aprobado por la Cámara de Diputados en el Presupuesto de egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal de 2011, la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, resaltó el mejoramiento académico alcanzado durante 2010 por nuestra universidad, mejoramiento que medido a través de los indicadores de capacidad y competitividad académica, han permitido a nuestra universidad ser reconocida en diversos aspectos como una de las diez instituciones de educación superior más importantes del país. En ese orden de ideas cabe señalar que nuestros logros más recientes son:

La incorporación en la modalidad de educación a distancia de los nodos de Coalcomán y Cuitzeo, con los que se incrementan a siete las instalaciones de este tipo que tiene la universidad en el territorio Michoacano, ampliando de esta manera la capacidad de cobertura y atendiendo la demanda de educación superior en su lugar de origen.

En la línea de mejoramiento de la gestión, que le mereció a la universidad un reconocimiento nacional de parte de la Secretaría de Educación Pública, en diciembre de 2008, se continuó trabajando en la implantación y certificación de procesos del sistema bibliotecario, logrando incorporar en 2010 a la Biblioteca de la Facultad de Economía, alcanzando así, a finales de 2010 la cantidad de 13 bibliotecas certificadas con Normas ISO 9001:2000 y más recientemente, Normas ISO 9001:2008. Estos logros complementan los 6 procesos centrales certificados de la Dirección General de Bibliotecas, así como la certificación del Centro de Auto acceso de Idiomas, el Archivo Histórico y el Laboratorio de Calibración de Medidores de las Dependencias de Educación Superior de Ciencias Exactas Metalurgia y Materiales.

Si bien, a mediados de la década del 2000, la universidad contaba con un orden de 250 Profesores de Tiempo Completo incorporados al Sistema Nacional de Investigadores, al cierre del 2010 y principios del 2011 se identificó un conjunto de 309 investigadores en dicho padrón. La institución, gracias a su fortaleza que le da su planta de investigadores reconocidos por el Sistema Nacional de Investigadores, ha seguido recibiendo apoyos para la investigación del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, el Consejo Estatal de Ciencia y Tecnología y diversas agencias internacionales y nacionales, pero también, ha destinado recursos propios a esa tarea; en 2010, erogó 28.237 millones de pesos a la investigación, monto que se distribuyó en 413 proyectos emanados de 33 dependencias universitarias.

El posgrado Nicolaita registrado en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, alcanzaba el orden de 14 programas a principios del 2007; en el

2010 se cerró con una cifra de 34 programas educativos de posgrado con registro en el Padrón nacional de Posgrado de Calidad. Los programas que recientemente se incorporaron a dicho padrón fueron: la Maestría en Geociencias y Planificación del Territorio; la Maestría en Ciencias e Ingeniería Mecánica; el Programa Institucional de Maestría en Filosofía de la Cultura; la Maestría en Derecho a la Información; la Maestría en Ciencias e Ingeniería Ambiental, el Doctorado en Ciencias en Ingeniería Química; el Doctorado Interinstitucional de Derecho y el Programa Institucional de Doctorado en Filosofía.

En materia de planeación y desarrollo institucional, la universidad actualizó durante 2010 su Plan de Desarrollo Institucional con lo que puso al corriente su diagnóstico y formuló una visión al 2020, a través de un conjunto de estrategias y acciones que le permitirán alcanzar las metas planteadas para consolidarse como una de las universidades públicas más importantes por su calidad y cobertura a nivel estatal, regional y nacional. Asimismo, en 2010, la institución adoptó su “Modelo Educativo Nicolaita”, propuesta fundamental para la orientación de nuestra vida académica, que fue aprobada por el H. Consejo Universitario en junio de ese año.

La mejora del perfil académico de nuestra planta de profesores de tiempo completo ha sido un proceso constante que nos permitió al cierre de 2010 tener 947 Profesores de Tiempo Completo con especialidades, maestrías y doctorados de un conjunto de 1131 académicos de tiempo completo. Esa capacidad académica se refleja en nuestros 309 investigadores en el Sistema Nacional de Investigadores y 470 profesores con registro de perfil PROMEP, así como los 27 Cuerpos Académicos Consolidados y 38 Cuerpos Académicos en Consolidación.

En cuanto a la competitividad académica, la universidad con la obtención reciente de nivel 1 de los Comités de Evaluación de la Educación Superior de la Licenciatura en Derecho y Ciencias Sociales y la acreditación de la Licenciatura en Informática Administrativa, logró rebasar el 92% de su matrícula con reconocimiento de calidad. Esta meta posiciona a la institución en la antesala de su ingreso al CUMEX (Consortio de Universidades Mexicana de Calidad) y es un reflejo innegable del avance académico integral de nuestra casa de estudios.

Sin duda una de las acciones más relevantes del 2010, por su trascendencia e impacto social y cultural inmediatos y por sus expectativas e impactos esperados en el mediano plazo, fue la construcción y puesta en operación durante ese año de dos nuevos campus universitarios: en la costa (ciudad y puerto de Lázaro Cárdenas) y en el oriente (ciudad Hidalgo). El ciclo escolar 2010 - 2011 dio inicio en el campus Lázaro Cárdenas con las carreras de Comercio Exterior, Derecho, Contaduría, Administración e Informática Administrativa; en tanto que en el campus de Ciudad Hidalgo, con las licenciaturas de Psicología, Tecnología de la Madera, Derecho, Contaduría, Administración e Informática Administrativa. En ese mismo sentido, el H. Consejo Universitario aprobó al cierre del 2010 (16 de noviembre), ampliar el proceso de desconcentración con dos nuevos campus en las ciudades de Zamora y Uruapan, cuyos proyectos y su ejecución permitirán a la universidad contar con esa nueva infraestructura para el años 2011.

Lo anterior, es muestra de la necesidad de contar en la Universidad Michoacana con los recursos suficientes para seguir cumpliendo con sus funciones sustantivas, la docencia, la investigación y la difusión de la cultura, con un compromiso de calidad.

III. Selección de métodos y técnicas.

Por las características del objeto de estudio del trabajo de investigación, este se desarrollará desde una perspectiva descriptiva, explicativa y propositiva, haciendo un investigación de las cifras que a través de sus cuentas públicas proporciones la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo o de las consultadas, que con base en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública de pudiéramos solicitar.

La información se recopilará con el uso de fuentes secundarias, con el análisis de documentos públicos o privados relacionados con la pregunta de investigación y con el tópico del tema.

IV: Conclusiones

Es evidente que en las condiciones económicas del país y ante la falta de un sistema tributario en México, que permita al Estado recaudar los ingresos suficientes para satisfacer las necesidades colectivas, estamos muy lejos de poder suponer que la Cámara de Diputados aprobará un presupuesto significativamente mayor al propuesto por el ejecutivo federal.

Lo anterior, representa una dificultad importante para las Universidades Públicas, más aún para la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, para el cumplimiento de sus actividades sustantivas, por lo cual es menester encontrar elementos que les permitan obtener recursos adicionales. Uno de estos elementos ha sido la realización de diversas actividades que les generan ingresos distintitos a los percibidos del Estado Mexicano, como son los trabajos y proyectos para los sectores públicos y privados, la realización de cursos académicos de actualización, el arrendamiento de sus instalaciones en laboratorios, entre muchos otros.

Este trabajo tiene como fundamento, probar que con una adecuada aplicación de las disposiciones fiscales en materia de impuesto al valor agregado, el monto del ejercicio del presupuesto pudiera disminuirse, y la posibilidad de determinar saldos a favor de dicho impuesto, que puedan ser susceptibles de devolución por parte de las autoridades fiscales federales.

Referencias Bibliográficas

- Aragon, A. y Sharma, S. (2003). A contingent resource-based view of proactive corporate environmental strategy. *Academia of Management Review*. Num. 1, Vol. 28, pp 71-88.
- Boletín de Criterios Normativos, Servicio de Administración Tributaria, SHCP (2004)
- Código Civil del Estado de Michoacán de Ocampo:(1936)
- Código Fiscal de la Federación (1981)
- Código Fiscal del Estado de Michoacán (1992).
- CONEVAL, MCS, ENIGH: (2008-2010)
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (2008).
- De la Garza, Sergio Francisco, (1985). Derecho Financiero Mexicano. 13ª. Ed. México: Editorial Porrúa, SA.
- Estados Financieros de la UMSNH: (2010)
- Gómez H. E. y Ocampo M. C. (2009) Estudio Práctico del IVA. 1ª. Ed. DOFISCAL
- Guía t, www.guiat.net.mx
- IMSS. www.imss.gob.mx/Dirección de Incorporación y Recaudación.
- INEGI. www.inegi.org.mx.
- ISSSTE. www.issste.gob.mx.
- Ley del Impuesto al Valor Agregado (1978).
- Ley Orgánica de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo: (1986)
- Presencia Universitaria (Dra. Silvia Figueroa Zamudio: 1992).Ed. Universitaria UMSNH.

Proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación 2010, www.shcp.gob.mx.
Proyecto de Saneamiento Financiero, 2011, UMSNH
Smith, Adam, (Trad. Española, Aguilar, Madrid, 1936). La riqueza de las naciones.

FACULTADES DE COMPROBACIÓN FISCAL

María Berta Quintana León. qulb560320@hotmail.com
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Sofía Mitre Camacho. congresoca2010@yahoo.com .mx Universidad Autónoma de Tlaxcala
José Serrano Heredia. ppepe10@yahoo.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen

En una relación tributaria se derivan una serie de obligaciones de carácter económico y formal (de pago de contribuciones y obligaciones accesorias) a cargo del sujeto pasivo, cuando éste realiza determinadas situaciones jurídicas o de hecho. Como contrapartida, el sujeto activo es el encargado y tiene el derecho de exigir el pago de las contribuciones a cargo de los contribuyentes, así como el cumplimiento de las demás obligaciones, para lo cual, las disposiciones fiscales le dan ciertas facultades para comprobar si los sujetos pasivos han cumplido con lo que dictan estas disposiciones. Este trabajo pretende mostrar los fundamentos legales que tiene la autoridad para el ejercicio de sus facultades de comprobación fiscal, y el procedimiento que contempla el código fiscal de la federación para este fin.

Palabras clave: Facultades de comprobación fiscal, Ley orgánica de la procuraduría de la defensa del contribuyente, Ley federal de los derechos del contribuyente, Convenio de colaboración administrativa en materia fiscal federal

Abstract

In a tributary relationship derive a set of obligations in the Economic and formal (payment of contributions and accessory obligations) by the taxpayer, when in performs certain legal or factual situations. In return, the perpetrator is responsible and has the right to demand payment of contributions by taxpayers, as well as the fulfillment of other obligations, for which, the tax provisions give certain powers to check whether taxpayers have complied with these provisions dictate.

This work aims to show the legal basis that has the authority to exercise its powers of tax checking, and the procedure that includes the tax code of the Federation for this purpose.

Key words: Powers of attorney check, Organic Law of the attorney for the defense of the taxpayer, Federal Law taxpayer rights, administrative collaboration agreement in federal tax.

Introducción

Se analizara las formas que tienen las autoridades fiscales para comprobar si los contribuyentes han cumplido con las disposiciones fiscales, una de estas formas, y la más completa de comprobación y revisión es la visita domiciliaria, la cual se contrasta con jurisprudencia existente al respecto, también se revisan las formas de notificar al contribuyente que tiene la autoridad, concluyendo con recomendaciones para evitar sanciones y al mismo tiempo evitar molestias.

Estructura del sujeto Activo:

El poder ejecutivo es ejercido por una sola persona y como lo dispone el art. 80 Constitucional, pero para cumplir eficientemente con sus funciones se apoyara en los secretarios de despacho. Debido a la estructura del ejecutivo federal, es necesario remitirse a la ley orgánica de la administración para

definir que secretaria es autoridad administrativa para efectos de verificar el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Y esto se define en el art. 4 del reglamento interior de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público debido a que este contempla la delegación de facultades del secretario, y se observa la delegación de facultades del secretario en servidores públicos subalternos en gran medida para realizar un mejor incumplimiento de sus facultades.

Que a la letra dice:

Art. 4.- La representación tramite y resolución de los asuntos competencia de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, corresponde originalmente al secretario. Para la mejor organización del trabajo, el secretario podrá, sin perjuicio de su ejercicio directo, delegar sus atribuciones en servidores públicos subalternos, mediante acuerdos que deberán ser publicados en el diario oficial de la federación. En este tenor el Servicio de Administración Tributaria (SAT), es el facultado para vigilar el cumplimiento de las obligaciones fiscales, tal y como lo establece el art. 7 Fracción VII, de la Ley del Servicio de Administración Tributaria: Art. 7.- El servicio de Administración Tributaria tendrá las atribuciones siguientes: Fracción VII.- Vigilar y asegurar el debido cumplimiento de las disposiciones fiscales y aduaneras y, en su caso, ejercer las facultades de comprobación previstas en dichas disposiciones.

El S.A.T. cumple con sus diversas funciones a través de una organización interna compleja, pero necesaria para la obtención de sus fines. Es debido a esto y para cumplir con una determinación específica de la autoridad administrativa encargada de llevar a cabo las facultades de comprobación dentro de las que destacan la visita domiciliaria, indispensable recurrir a la reglamente interno del servicio de administración tributaria que contempla en su art. 21 apartado C, fracción V los siguiente: Art. 21.- Las administraciones locales de grandes contribuyentes, de recaudación, de auditoría fiscal, jurídica de ingresos y de recursos tendrán, la denominación que señala este reglamento, y la circunscripción territorial y cede que se determine mediante acuerdo del presidente del Servicio de Administración Tributaria.

Compete a las administraciones locales de auditoría fiscal la que se refiere el apartado F de este artículo, ejercer las facultades siguientes:

Ordenar y practicar visitas domiciliarias, auditorias, inspecciones, actos de vigilancia, reconocimientos aduaneros derivados del mecanismo de selección automatizado, verificaciones y demás actos que establezcan las disposiciones fiscales y aduaneras, para comprobar el cumplimiento de las obligaciones de los contribuyentes, responsables solidarios y demás obligados en materia de impuestos.

El sujeto pasivo debe acatar lo siguiente:

El art. 31 fracción, XI.-

Cobrar los impuestos, contribuciones de mejoras, derechos, productos y aprovechamientos federales en los términos de las leyes aplicables y vigilar y asegurar el cumplimiento de las disposiciones fiscales.

El artículo 42 del CFF menciona los fines que persiguen las autoridades fiscales (la secretaria de Hacienda y Crédito Público es la autoridad administrativa competente) al comprobar que los contribuyentes, los responsables solidarios o los terceros con ellos relacionados han cumplido sus obligaciones fiscales.

Estos fines son:

Comprobar si han cumplido con las disposiciones fiscales.

En su caso, determinar las contribuciones omitidas o los créditos fiscales.

Comprobar la comisión de delitos fiscales.
Proporcionar información a otras autoridades fiscales.
Novena Época
Instancia: Pleno
Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta
XII, Septiembre de 2000
Página: 20
Tesis: P. CL/2000
Tesis Aislada
Materia(s): Constitucional, Penal

DELITOS FISCALES. LA FACULTAD QUE CONCEDE EL ARTÍCULO 42, FRACCIÓN III, DEL CÓDIGO FISCAL DE LA FEDERACIÓN A LA AUTORIDAD HACENDARIA PARA COMPROBAR LA COMISIÓN DE AQUELLOS, NO INVADE LAS FACULTADES DE INVESTIGACIÓN Y PERSECUCIÓN DE LOS DELITOS QUE EL ARTÍCULO 21 CONSTITUCIONAL OTORGA AL MINISTERIO PÚBLICO.

En concordancia encontramos la Jurisprudencia siguiente:

DEFRAUDACIÓN FISCAL. PARA QUE LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO FORMULE QUERRELLA POR ESE DELITO, NO ES NECESARIO QUE ANTES BRINDE AL VISITADO LA OPORTUNIDAD DE DEFENDERSE.

Novena Época, Instancia: Pleno, Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Tomo: XII, Diciembre de 2000, Tesis: P./J. 130/2000, Página: 10.

Contradicción de tesis 10/98. Entre las sustentadas por el Tercer y Cuarto Tribunales Colegiados en Materia Penal del Primer Circuito. 13 de junio de 2000.

Facultades Generales:

Art. 40 CFF Ejercer medios de apremio

Art. 41 CFF Exigir presentación de declaraciones

Cobro de cantidad igual a la última declarada

Embargo precautorio

Multar

Art. 41-A CFF Solicitar información adicional

Facultades de las autoridades

- Facultades de Comprobación art. 42 CFF, fracc. I-VIII
 - Rectificar errores
 - Requerir contabilidad (Gabinete)
 - **Practicar visitas domiciliarias**
 - Revisar dictámenes
 - Revisar expedición de comprobantes
 - Revisar mercancía incluso en transporte
 - Recabar información de empleados públicos y fedatarios
 - Presentar querrela ante el MPF

- Justicia de ventanilla art. 33-A CFF, art. 36 CFF. 3er y 4to. párrafo
 - Aclaración de requerimientos
- Reconsideración de las autoridades fiscales
 - Revisión discrecional de resoluciones ilegales, desfavorables
- **Facultades para programación de fiscalización: Art. 42-A**
 - Solicitar a contribuyentes, y terceros, información y documentos
- **Facultades del Ejecutivo**
 - Condonar contribuciones
 - Autorizar diferimiento o parcialidades
 - Dictar medidas que faciliten el cumplimiento de obligaciones
 - Conceder subsidios y estímulos fiscales
 - Justicia de ventanilla
- Procedencia de Justicia de Ventanilla
- Por declaraciones extemporáneas:
- Presentada mediante requerimiento de autoridad
- Presentada fuera del plazo establecido en el requerimiento
- Omisión en la presentación de la declaración que le fuere requerida sin que haya dado cumplimiento en el plazo establecido en el requerimiento

Notificaciones art. 38 CFF

- **Objetivo:**
 - Dar a conocer el contenido de un acto administrativo al contribuyente. Activa el cómputo de los términos legales para la interposición de los medios de defensa.
- **Requisitos**
 - Constar por escrito
 - Autoridad emisora
 - Lugar y fecha de emisión
 - Fundamentación y Motivación
 - Firma funcionario competente
 - Destinatario

Clases: Art. 134 CFF

- Personales (correo cert. Mens.de datos con acuse de recibo, e-mail)
- Correo o telegrama
- Estrados
- Edictos
- Instructivo
- Mensajería
- Fax
- Otros establecidos en tratados internacionales

Formas de Notificar

Personales o por correo certificado con acuse de recibo cuando se trate de:
 Citatorios
 Requerimientos
 Solicitudes de informes o documentos

Actos administrativos contra los que se pueda interponer algún recurso administrativo o medio de defensa

Estrados, cuando:

La persona a quien deba notificarse no se encuentre en su domicilio fiscal, este se ignore o desaparezca.

Se opongán a la diligencia de notificación

Se desocupe el local en donde tenga su domicilio fiscal, sin presentar aviso de cambio de domicilio

En los supuestos establecidos por las leyes fiscales y el código fiscal de la Federación.

La notificación por estrado se hace fijando durante cinco días el documento en un sitio abierto al público de las oficinas de la autoridad que efectúa la notificación.

Edictos, cuando:

La persona fallezca y no se conozca al representante de la sucesión.

Cuando la notificación se hace por Edictos, un resumen de los actos que se notifican se publica durante:

3 días en el Diario Oficial de la Federación

o por 1 día en un periódico de mayor circulación

o por 15 días en la página Web del SAT

Instructivo, cuando:

La persona que se deba notificar no se encuentre en el domicilio y quien se encuentre se niega a recibir la notificación

Se trate de actos relativos al procedimiento administrativo de ejecución, previo citatorio

La notificación por instructivo se realiza fijando el documento en lugar visible del domicilio

Correo ordinario o telegrama, cuando se trate de:

Actos distintos de los mencionados en el punto anterior

Artículo 13.- La práctica de diligencias por las autoridades fiscales deberá efectuarse en días y horas hábiles, que son las comprendidas entre las 7:30 y las 18:00 horas

Las autoridades fiscales para la práctica de visitas domiciliarias, del procedimiento administrativo de ejecución, de notificaciones y de embargos precautorios, podrán habilitar los días y horas inhábiles, cuando la persona con quien se va a practicar la diligencia realice las actividades por las que deba pagar contribuciones en días u horas inhábiles. También se podrá continuar en días u horas inhábiles una diligencia iniciada en días y horas hábiles, cuando la continuación tenga por objeto el aseguramiento de contabilidad o de bienes del particular.

- Fecha en que surten efectos. Art. 135 CFF
- Lugar para efectuarlas Art. 136 CFF
- Procedimiento para efectuarlas Art. 137 CFF
- Práctica de diligencias Art. 13 CFF

Cómputo de los Plazos Art. 12 CFF

- Plazos fijados en días
- Plazos establecidos en períodos
- Plazos de fecha determinada
- Plazos fijados por mes
- Plazos fijados por año
- Prórrogas por día inhábil o viernes
 - Para entrega de documentos durante visita domiciliaria: Art. 53 CFF
 - Contabilidad inciso a)
 - Documentos que deba tener el contribuyente en su poder inciso b)
 - Todos los demás inciso c)
 - Prórroga último párrafo

Facultad discrecional como inicio de las facultades de comprobación: Visitas domiciliarias

La autoridad administrativa está facultada para realizar visitas domiciliarias debido al origen legal que es la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que en sus artículo 31 fracc. IV establece, que: Art. 31.- Son obligaciones de los mexicanos:

Fracc IV.- Contribuir para los gastos públicos, así de la federación del Distrito Federal o del estado o municipio en que residan, de la manera proporcional y equitativa que dispongan las leyes.

En el mandato constitucional quiere decir que todos los Mexicanos debemos contribuir aportando recursos económicos para que el estado pueda llevar a cabo sus fines, siempre de manera proporcional y equitativa.

Artículo 13.- La práctica de diligencias por las autoridades fiscales deberá efectuarse en días y horas hábiles, que son las comprendidas entre las 7:30 y las 18:00 horas

Las autoridades fiscales para la práctica de visitas domiciliarias, del procedimiento administrativo de ejecución, de notificaciones y de embargos precautorios, podrán habilitar los días y horas inhábiles, cuando la persona con quien se va a practicar la diligencia realice las actividades por las que deba pagar contribuciones en días u horas inhábiles. También se podrá continuar en días u horas inhábiles una diligencia iniciada en días y horas hábiles, cuando la continuación tenga por objeto el aseguramiento de contabilidad o de bienes del particular.

A través de practicar visitas a los contribuyentes, los responsables solidarios o terceros relacionados con ellos y revisar su contabilidad, exigir la exhibición de los libros y papeles indispensables, y mercancías cuando las autoridades fiscales pueden cumplir con cada uno de los objetivos que persiguen al aplicar sus facultades de comprobación, fundamentado en los arts. 43 al 46 A del CFF.

Cuando las autoridades no levanten el acta final de visita o no notifiquen el oficio de observaciones, o en su caso, el de conclusión de la revisión dentro de los plazos mencionados, ésta se entenderá concluida en esa fecha, quedando sin efectos la orden y las actuaciones que de ella se derivaron durante dicha visita o revisión.” Art. 46-A CFF. Ultimo párrafo.

Novena Época; Instancia: Pleno; Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta; Tomo: IV, Octubre de 1996; Tesis: P. CXXIX/96Página: 189

VISITA DOMICILIARIA. LA PRESUNCIÓN QUE DERIVA DE LOS PÁRRAFOS SEGUNDO Y TERCERO DEL ARTICULO 46, FRACCIÓN IV, DEL CÓDIGO FISCAL DE LA FEDERACIÓN PUEDE SER DESVIRTUADA EN EL RECURSO DE REVOCACIÓN O EN EL JUICIO DE NULIDAD.

La oportunidad que se le da al contribuyente para participar aclarando los hechos asentados en la última acta parcial de la visita domiciliaria, no significa de ninguna manera que en el recurso de revocación o en el juicio de nulidad, no pueda hacer valer cuanto argumento convenga a sus intereses y exhibir todas las pruebas que estime necesarias para comprobar la realidad de su situación jurídica fiscal; independientemente de la oportunidad de participar para desvirtuar los hechos asentados en las actas y, en cuanto a que, si no los desvirtúa se le tendrán por consentidos, debe entenderse que ese consentimiento es únicamente para efectos de dictar, en su caso, la resolución en que se le determine el crédito fiscal, pero de ninguna manera una presunción que no sea desvirtuable en el recurso de revocación o en el juicio de nulidad que llegare a promoverse.

Reforma 2012 aprobada por la cámara de diputados:

Artículo 47. Las autoridades fiscales deberán concluir anticipadamente las visitas en los domicilios fiscales que hayan ordenado, cuando el visitado se encuentre obligado a dictaminar sus estados financieros por contador público autorizado o cuando el contribuyente haya ejercido la opción a que se refiere el párrafo quinto del artículo 32-A de este Código. Lo dispuesto en este párrafo no será aplicable cuando a juicio de las autoridades fiscales la información proporcionada en los términos del artículo 52-A de este Código por el contador público que haya dictaminado, no sea suficiente para conocer la situación fiscal del contribuyente, cuando no presente dentro de los plazos que establece el artículo 53-A, la información o documentación solicitada, cuando en el dictamen exista abstención de opinión, opinión negativa o salvedades, que tengan implicaciones fiscales, **ni cuando el dictamen se presente fuera de los plazos previstos en este Código**

Ordenes de visita-motivación de las mismas, previstas por los artículos 16 constitucional y 38 del código fiscal de la federación. La exigencia que contemplan los artículos 16 constitucional y 38 del código Fiscal de la Federación, de que todo acto de autoridad debe encontrarse fundado y motivado, se cumple, tratándose de ordenes de visita, al citar los preceptos legales que faculten a la autoridad fiscal a ordenar se compruebe que los contribuyentes han cumplido con las disposiciones fiscales, mediante la practica de visitas domiciliarias, y con la instrucción en la propia orden de que los auditores verifiquen que el contribuyente, objeto de la misma, haya cumplido con las disposiciones fiscales a las que se encuentra sujeto en un periodo determinado. De ahí que si en la orden de visita, se indica para que efectos se considera necesario practicar una auditoria a un contribuyente, este señalamiento constituye al mismo tiempo, el objeto de la visita y la motivación de la autoridad para emitir la citada orden, encuadrando la hipótesis general de la norma al caso concreto de la revisión de un individuo respecto al cumplimiento de ciertas obligaciones en un periodo determinado, siendo irrelevante cualquier otra manifestación que, como antecedente , se contenga en la propia orden, pues lo único

Aún cuando no razonen la importancia que como contribuyente tiene visitado en el marco general de la recaudación fiscal, la orden de visita, se encuentra debidamente fundada y motivada.

Según el artículo 42 del CFF fracciones II, III, y VI del código Fiscal de la Federación, la orden de visita esta debidamente fundada y motivada, sin que exista en tal precepto o en otro la obligación de que las autoridades señalen el procedimiento que se sigue para seleccionar al contribuyente que se ha de visitar. Así como tampoco obliga a que se de a conocer a los contribuyentes antecedentes que obran en los expedientes de la Secretaria de Hacienda y Crédito Público.

Fundamentación y Motivación

Jurisprudencias 902 y 1173, visibles a fojas 1481 y 1889 de la segunda parte del índice del Semanario Judicial de la Federación 1917-1988.

FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN.- De acuerdo con el artículo 16 constitucional, todo acto de autoridad debe estar adecuada y suficientemente fundado y motivado, entendiéndose por lo primero, que ha de expresar con precisión el precepto legal aplicable al caso y, por lo segundo, indicar con exactitud las circunstancias especiales, razones particulares o causas inmediatas que se hayan tomado en consideración para la emisión del acto, siendo necesario, además, que exista adecuación entre los motivos aducidos y las normas aplicables, es decir, que en el caso concreto se configuren las hipótesis normativas.”

Motivación La motivación exigida por el artículo 16 constitucional consiste en el razonamiento, contenido en el texto mismo del acto autoritario de molestia, según el cual quien lo emitió llegó a la conclusión de que el acto concreto al cual se dirige se ajusta exactamente a las prevenciones de determinados preceptos legales. Es decir, motivar un acto es externar las consideraciones relativas a las circunstancias de hecho que formuló la autoridad para establecer la adecuación del caso concreto a la hipótesis legal.

- Orden de visita Art. 43 CFF
 - Datos que debe contener
- Reglas para su desarrollo art. 44 CFF
 - Lugar Fracc. I
 - Citatorio Fracc. II
 - Identificación de visitadores Fracc. III
 - Testigos Fracc. III
 - Auxilio otras autoridades Fracc. IV
- Obligaciones del visitado: Art. 45 CFF.
 - Permitir el acceso
 - Mantener a disposición contabilidad y declaraciones
 - Permitir verificación mercancías y medios almacenamiento de datos
 - Poner a disposición computadoras y operadores
- Casos en los que se puede fotocopiar la contabilidad: Art. 45 CFF Frac I-IX
 - Negarse a recibir la orden
 - Libros no sellados
 - Doble contabilidad
 - Dos o más libros sociales diferentes
 - No presentar todas las declaraciones
 - Diferencias entre contabilidad y declaraciones o avisos
 - Comprobantes no registrados en plazo o falsos
 - Destruir sellos de los auditores
 - Huelga
 - Negar el acceso a auditores o no proporcionar contabilidad
- **Concepto de contabilidad para efectos de las reglas anteriores: Art. 45 antepenúltimo párrafo.**
 - Papeles, discos y cintas o cualquier otro medio de almacenamiento de datos.
- **Concepto de contabilidad: Art. 28 CFF**
 - Registros y cuentas especiales fiscalmente obligatorias o no y libros y registros sociales obligados por otras leyes.

- Sistemas y registros establecidos en el RCFF, equipos y sistemas electrónicos de registro fiscal así como documentación comprobatoria de los asientos y comprobantes de cumplimiento de las disposiciones fiscales
- Acta parcial si se fotocopia la contabilidad Art. 45 penúltimo párrafo
- Prohibición al secuestro de la contabilidad Art. 45 último párrafo
- Desarrollo de la visita: Art. 46 CFF Fracc. I-IV y sentencia.
 - Acta circunstanciada
 - Actas de visitas simultaneas
 - Aseguramiento de la contabilidad.
 - Cuando no se impide la realización de actividades
 - Actas parciales
 - Ultima acta parcial. Plazo entre ésta y la final para desvirtuar hechos.
 - Hechos consentidos cuando no se desvirtúen en plazo.
- Desarrollo de la visita. Art. 46 CFF fracc. V-VII
 - Actas en oficinas de SHCP
 - Cierre del acta final
 - Citatorio al contribuyente o representante
 - Negarse a firmar o recibir el acta
 - Reposición de procedimiento
 - Inicio de otra visita al mismo contribuyente y por el mismo ejercicio, y las mismas contribuciones.
- Plazo para concluirla. Art. 46-A CFF.
 - 12 meses a partir de la notificación del inicio. (excepciones)
 - Sistema financiero
 - Consolidación fiscal
 - Contribuyentes con solicitud de información en materia de precios de transferencia
- Suspensión de plazos para terminarlas y de prórrogas: Art. 46-A CFF fracc. I-IV y penúltimo párrafo.
 - Huelgas
 - Fallecimiento del contribuyente.
 - Cambio de domicilio no reportado o irreal.
 - No se atiende requerimiento de información
 - Reposición de procedimientos
 - Interposición de medios de defensa
- “Cuando las autoridades no levanten el acta final de visita o no notifiquen el oficio de observaciones, o en su caso, el de conclusión de la revisión dentro de los plazos mencionados, ésta se entenderá concluida en esa fecha, quedando sin efectos la orden y las actuaciones que de ella se derivaron durante dicha visita o revisión.” Art. 46-A CFF. Último párrafo.
- Terminación anticipada. Art. 47 CFF
 - Para contribuyentes obligados o que opten por dictaminar sus estados financieros para efectos fiscales por Contador Público autorizado, salvo que :
 - La información del dictamen no sea suficiente.
 - No se presente en los plazos
 - Cuando el dictamen sea con abstención de opinión, opinión negativa o salvedades con implicaciones fiscales

- Revisión de gabinete art. 48 CFF
- Es la solicitud a contribuyentes, responsables solidarios o terceros, de informes, datos o documentos, así como la presentación de la contabilidad fuera de visitas domiciliarias.
 - Lugar de la notificación.
 - Citatorio
 - Lugar, plazo e información solicitada
 - Oficio de observaciones o de conclusión de la revisión
- Oficio de Observaciones
 - Notificación
 - Plazo para desvirtuar o corregir situación fiscal (20 días además del plazo de prórroga)
 - Ampliación por prórroga
 - Hechos consentidos
 - Corrección fiscal
 - Resolución de liquidación

Determinación de créditos fiscales

- Aplica a visitas domiciliarias y revisiones de gabinete.
- Plazo de 6 meses para liquidar:
 - Visita domiciliaria: a partir de la fecha del acta final.
 - Revisión de gabinete: a partir del vencimiento del plazo para desvirtuar hechos.
 - Suspensión del plazo
- “Cuando las autoridades no emitan la resolución correspondiente dentro del plazo mencionado, quedará sin efectos la orden y las actuaciones que se derivaron durante la visita o revisión de que se trate.” Art 50 CFF, último párrafo.
- Tratándose de revisiones de gabinete durante las cuales se hubiera efectuado compulsas a terceros y se hubieren determinado incumplimiento de obligaciones, éstas deberán notificarse al contribuyente mediante oficio de observaciones.

Caducidad de facultades

- Extinción de facultades del fisco para determinar contribuciones omitidas y para sancionar. Se configura en **cinco años** contados a partir del día siguiente a aquel en que:
 - Se presentó declaración anual. Se extinguen por ejercicios completos. La complementaria reinicia el plazo.
 - Se presente declaración de contribución que no se calcule por ejercicio, o de su causación cuando no deba pagarse por declaración.
 - Se cometa una infracción
 - Se levante acta de incumplimiento de garantía por fianzas.
- Caducidad a 10 años:
 - No se inscriba al RFC
 - No lleve o no conserve la contabilidad en el plazo
 - No presente declaración anual
 El plazo inicia el día siguiente al día en que debió presentarla. Si después la presenta espontáneamente, el plazo regresa a cinco años a partir de la presentación espontánea sin que en total pueda exceder de 10 años.
- Caducidad a tres años:

- Por responsabilidad solidaria de administradores, respecto de la parte del interés fiscal que no logre garantizarse.
- Suspenderá el plazo, cuando:
 - Se realicen revisiones de gabinete, visitas domiciliarias o revisiones de dictámenes; cuando se interponga algún medio de defensa, o cuando se abandone el domicilio fiscal sin aviso, o se reporte un domicilio irreal.
- En todo caso el plazo de caducidad no excedera de 10 años incluidos los períodos suspendidos.
 - Tratándose de visitas domiciliarias y revisión de gabinete, el plazo de caducidad no excederá de 6 años y 6 meses incluidos los períodos suspendidos.
- Las facultades de las autoridades fiscales para investigar delitos fiscales se extinguen de conformidad con el artículo 100 del CFF.
- El contribuyente podrá solicitar la declaración de caducidad de las facultades de las autoridades fiscales, una vez transcurridos los plazos legales.
- **INFRACCION**
- Consiste en aquella conducta de hacer o dejar de hacer lo que la ley prohíbe u ordena respectivamente
- **INFRACTORES**
- Son las personas que realizan los supuestos previstos en el C.F.F. así como quien omite el cumplimiento de obligaciones incluyendo que lo hagan fuera de plazo

Multas art. 60 CFF

- Se pagarán independientemente de la contribución omitida, de los recargos, de la actualización y de la responsabilidad penal, en su caso
- La actualización se efectuará de conformidad con el artículo 17-A.
- El pago se ajustará a pesos cerrados.
- SE aplica reducción del 50% para pequeños
- Cuando el monto de la multa cambie, se aplicará la menor entre las vigentes al momento de aplicarlas o al momento de cometer la infracción.
- Reducción para contribuyentes cumplidos: hasta 100% (no aplica a retenciones).
 - Haya presentado avisos, declaraciones etc, de los últimos tres ejercicios
 - No tener más de 10% de diferencias en impuestos o pérdidas determinadas por auditoría en los 3 últimos años.
 - En caso de dictamen, no tener diferencias o haberlas corregido.
 - Haya cumplido requerimientos en los 3 últimos ejercicios.
 - No incurrir en agravantes
 - No ser sujeto a acción penal fiscal
 - No haber solicitado plazo para pago de impuestos retenidos en los últimos 3 años
 - El pago deberá efectuarse en quince días
 - El contribuyente deberá consentir la multa o esta haber quedado firme
 - No podrá impugnarse ningún acto conexo
 - La información solicitada para verificación, no representa inicio de facultades de comprobación.
 - La resolución a la solicitud, no constituye instancia.
 - No se impondrán multas cuando el pago sea espontáneo. No es espontáneo cuando:
 - La autoridad descubra la omisión.
 - Se corrija después de iniciada la revisión
 - Se corrija después de 10 días respecto de las observadas en dictamen

- Las multas de impuestos calculados por notarios o funcionarios públicos, son a su cargo, salvo que la información proporcionada fuera incorrecta.
- La SHCP podrá discrecionalmente condonar las multas. La resolución no podrá impugnarse.
- **AGRAVANTES Art 75 CFF**
- Reincidencia, esta se da cuando en dos o más ocasiones se sanciona al infractor por la comisión de una infracción
- Utilizar documentos falsos
- Llevar doble contabilidad
- Llevar dos libros similares con distinto contenido
- Destruir total o parcialmente la contabilidad
- Microfilmear información fiscal sin cumplir con lo requerido para ello.
- No enterar una contribución retenida
- Infracción continua, se da cuando se comenten una serie o pluralidad de actos u omisiones violando una misma disposición
- Se reducirá la multa en un 20%, si es pagada dentro de los 45 días siguientes a su notificación o cuando
- Se paguen las contribuciones omitidas o se devuelva el beneficio indebido dentro del mismo plazo.
- Se aplicará multa de 55 al 75% de la contribución omitida, cuando la infracción genere la omisión total o parcial del pago de contribuciones.
- La multa será de 20% cuando se pague antes de notificarse el acta final de la visita o antes de la notificación del oficio de observaciones.
- Será del 30% cuando el pago se efectúe después del supuesto anterior pero antes de que se notifique la resolución que determine el crédito fiscal.
- Tratándose de pérdidas fiscales mayores a las reales la multa será del 30 al 40% de la diferencia determinada, cuando ya hubiera sido amortizada.
- No habrá multa cuando no se hubiera tenido oportunidad de amortizarla.
- No habrá multa hasta por el monto de la diferencia que no se disminuyó, si habiendo tenido la oportunidad, no se hubiera amortizado.
- Aumentos de multas art, 77 CFF
- Multas por error aritmético art. 78 CFF
- 20 al 25 % Reducción del 50% si se pagan en 15 días

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Es importante que la contabilidad del contribuyente se encuentre perfectamente elaborada, por un profesional de la materia, la que cumpla con las normas de información financiera la que por lo menos

Observará lo siguientes requisitos:

- 1.-La contabilidad se encontrara al corriente con dos meses de atraso por lo menos.
- 2.-Esta reflejará fiel y verdaderamente todas las operaciones realizadas por el ente económico.
- 3.-Se debe recabar toda la documentación comprobatoria de ingresos, costos y gastos y contabilizarla adecuadamente.

Son importantísimas las conciliaciones bancarias, de donde se controla y se lleva un registro del origen y aplicación de los dineros que ingresan y que salen de las cuentas bancarias del contribuyente. Representan la columna vertebral de la fiscalización.

Debemos de recordar que no todo depósito en cuenta de cheques necesariamente es un ingreso del contribuyente, es decir no por que entre a la cuenta de bancos de la empresa dinero, se incrementa el haber patrimonial.

Por otra parte, no toda salida de efectivo de la cuenta bancaria representará una deducción en términos de la Ley del Impuesto Sobre la Renta, valor de actividades para IVA y que repercuta ahora en el IETU.

4.-Se deberá de revisar que se hayan efectuado todos los pagos provisionales y definitivos por las distintas contribuciones a que está obligado el contribuyente, atento al contenido del artículo 6 del Código Fiscal de la Federación, revisión que incluirá que se hayan enterado oportunamente todos los impuestos retenidos.

5.-Que se presenten todas las declaraciones fiscales del ejercicio fiscal respectivo las que lógicamente deberán ser un reflejo de las declaraciones provisionales presentadas en su caso.

6.-Los contribuyentes debieran contratar fiscalistas externos para efectuar la revisión de cumplimiento obligaciones fiscales (Medida preventiva y no correctiva).

7.-Si el contribuyente, al momento de ser notificado de la orden de una visita domiciliaria, descubre la omisión en el cumplimiento de una obligación fiscal, la sugerencia es corregirse inmediatamente, y que esa corrección se encuentre supervisada por el fiscalista y que conozca del derecho penal.

8.-No debe de pasarse por alto el contenido de la Ley Federal de Derechos del Contribuyente, ya que dicha corrección puede ser utilizada como un instrumento de defensa, esto es para utilizar cada actuación de la autoridad como una “prueba determinada”, dada la incapacidad legal, de algunos servidores públicos.

9.-Cuando la orden de visita se notifica debe evitarse al máximo, obstaculizar las facultades de la autoridad fiscal, y para mi gusto desde la existencia de un citatorio fiscal, se debe buscar al perito en derecho fiscal y penal, esto es así toda vez que una simple cita puede terminar en un asunto penal fiscal.

10.- La incapacidad de pago, no es delito fiscal, se puede atender una visita domiciliaria, sin incurrir en el engaño con perjuicio del fisco federal esto es, (omitir ingresos, comprar facturas, inventar contratos, etc.);

Se deben declarar correctamente los ingresos, costos y gastos, en los medios señalados para tales efectos, de tal manera que si no media el engaño, el dolo, la mala fe, jamás estaremos en presencia de la comisión de un delito fiscal o su equiparable.

Referencias Bibliográficas

Libros:

Código Fiscal de la Federación año 2011
Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
Convenio de colaboración administrativa en materia fiscal federal
Ley federal de los derechos del contribuyente
Facultades de comprobación fiscal
Ley orgánica de la procuraduría de la defensa del contribuyente
Ley de servicios de administración tributaria.

Artículos:

Reglamento interior de la Secretaria de Hacienda y Crédito Público
Semanao Judicial de la Federación y su Gaceta

Fuentes electrónicas

alterno.aaadam.com.mx:8080/.../856e84bc6c78539b862563a4007a3...
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/pastrana_j_ml/capitulo4.pdf
www.indetec.gob.mx/Estatal/Tesis/revGabinete.asp
www.legislacionmexicana.com

CAPÍTULO 4

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN



DESARROLLO DE UN SISTEMA DE CONTROL DE INFORMACIÓN EN APOYO A LOS PROCESOS DE EVALUACIÓN EXTERNA EN LA FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN

Margarita Flores Zepeda mfzepeda@hotmail.com Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, UNAM
Juan M. Camacho G jmcamacho@live.com.mx Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, UNAM
María Elena Bello E. elena_m34@hotmail.com Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, UNAM

Resumen

El presente trabajo aborda el desarrollo del Sistema para el Seguimiento de la Evaluación Externa (SiSEE) en la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, UNAM con el propósito de disponer de un medio que permita organizar, controlar y disponer de la información que se requiere en los procesos de evaluación de los programas educativos ante los organismos acreditadores.

Por medio de este sistema se busca que la información empleada para elaborar la autoevaluación de los programas educativos, esté disponible en el sistema y cuando se vaya a reacreditar la carrera, los datos se modifiquen y actualicen únicamente, permitiendo además imprimir la autoevaluación conforme al formato del organismo acreditador que se trate. Así mismo se considera la posibilidad de adicionar nuevas carreras y ampliar el sistema de acuerdo a las necesidades.

Palabras claves: evaluación, desarrollo de sistemas, acreditación

Abstract

This paper addresses the development of the System for Monitoring External Evaluation (SiSEE) in the School of Advanced Studies Cuautitlan, UNAM in order to provide a means for organizing, controlling and have the information required in evaluation processes of educational programs to accrediting agencies.

Through this system it is intended that the information used to develop the educational program self-evaluation, is available in the system and when you go to re-crediting the race, modify and update data only, allowing the self-assessment as well as print format the accrediting body in question. Also consider the possibility of adding new courses and expand the system according to needs.

Keywords: evaluation, systems developmentm, accreditation

Introducción

Una de las inquietudes en las últimas décadas en la educación superior de nuestro país, ha sido elevar la calidad educativa que se imparte, acción que se ha realizado a través de mecanismos que permitan disponer de planes de estudio vigentes, flexibles, actualizados acordes con las necesidades del entorno social y productivo, es decir, que reúnan las características de un programa de calidad, siendo éstas: amplia aceptación social por la sólida formación de sus egresados, altas tasas de titulación, profesores competentes en la generación, aplicación y transmisión del conocimiento, procesos e instrumentos apropiados y confiables para la evaluación de los aprendizajes e infraestructura moderna y suficiente para apoyar el trabajo académico de profesores y alumnos. Para determinar el nivel de calidad de un programa educativo del nivel superior, existen dos procesos de evaluación externa: la evaluación diagnóstica y la acreditación.

En los Planes de Desarrollo 2006-2009 y 2009-2013 de la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, UNAM se precisa la importancia de la acreditación de programas educativos y la actualización de planes de estudio de licenciatura, para lo cual se implementó el Programa Integral de Evaluación Externa (PIEE) a cargo de la Secretaría de Desarrollo Institucional.

Dado que en éstos procesos se requiere recabar, integrar y organizar una gran cantidad de información, resulta difícil tenerla organizada y llevar un control de avance, es por lo que se tuvo la necesidad de desarrollar e implementar un sistema informático en conjunto con una base de datos que permitiera en primera instancia centralizar y ordenar la información, y en un segundo momento facilitará la elaboración de la autoevaluación de los programas educativos de la Facultad así como el seguimiento de las recomendaciones.

Situación que motivo el desarrollo del presente trabajo, que dio como resultado el diseño del Sistema de Control de Información en apoyo a los procesos de evaluación externa en la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, que permitirá llevar el control de información en línea así como facilitar su organización y disposición.

2. Desarrollo

Las instituciones de educación superior tienen como uno de sus retos el buscar que su oferta educativa sea reconocida por su calidad mediante mecanismos de evaluación externa.

La evaluación externa es un medio por el cual las instituciones reciben opiniones de personas, instancias u organismos ajenos a estas, para evaluar sobre aspectos que inciden en la calidad de los programas académicos, es decir su curricula, los profesores, los estudiantes, la infraestructura física, el proceso de enseñanza-aprendizaje, entre otros, se divide en evaluación diagnóstica y acreditación.

A inicios del 2006 ninguna de las 12 licenciaturas de las 17 que actualmente imparte la FESC había sido sometida a procesos externos de evaluación por lo que, en el Plan de Desarrollo Institucional (2005-2009) se determinó como prioridad obtener el reconocimiento público de la calidad en su estructura organizacional, funcionamiento, insumos, procesos de enseñanza, procesos de aprendizaje, servicios que ofrece, así como a sus resultados. Es decir en la formación de sus egresados, con la perspectiva de que a corto plazo se alcanzara la acreditación de sus programas educativos, para con

ellos sostener la mejora continua y la conservación de la buena calidad de la oferta educativa de la FESC.

Para lograr el cometido se plantea como acciones el formular e implementar un programa institucional de evaluación de los programas educativos al cual se le denominó Programa Integral de Evaluación Externa (PIEE), donde se establecen como metas que la totalidad de programas educativos que oferta la Facultad sean evaluados externamente por los organismos especializados y contar con un programa que de seguimiento y mejora continua para fortalecer las acciones de evaluación externa. Situación que motivó el desarrollo de un sistema de control de información en línea que permitiera organizar, controlar y disponer de la información de los procesos de evaluación externa. Se detalla en la Figura 1, el proceso de acreditación que se realiza en la FES Cuautitlán y que es la base que se usó para desarrollar el PIEE.

2.1 Objetivo

Formular e implementar un sistema de control de información en línea que permita organizar, controlar y disponer de la información de los procesos de evaluación externa de los programas educativos que permita el seguimiento de las acciones de evaluación en la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán.

2.2 Definición de los requerimientos del sistema de control de información.

Después de analizar los procesos de evaluación externa y la manera en que la Facultad los atiende, se propone sistematizar el proceso de autoevaluación, la generación del informe que será entregado al organismo acreditador y las recomendaciones que este dictamine por medio de una base de datos, controlada por el Sistema para el Seguimiento de la Evaluación Externa (SiSEE).

Dado que en toda autoevaluación de programas académicos se responde a los reactivos de un cuestionario y se recaba información probatoria, la propuesta de sistematización consiste en tratar al *cuestionario* como un conjunto de *indicadores y/o contenidos*.

Los indicadores son las categorías, factores o áreas que evaluará el organismo externo reconocido, en tanto que los contenidos se conformarán de toda aquella información que no corresponda a los indicadores, como puede ser una portada, el índice, directorio, etc. A su vez los indicadores y contenidos están conformados por *preguntas* que son los reactivos que contendrán toda la información. Tanto los programas académicos, cuestionarios, indicadores y/o contenido y las preguntas son tratados como entidades dentro de la base de datos.

Diagrama de procesos: Acreditación en la FESC.

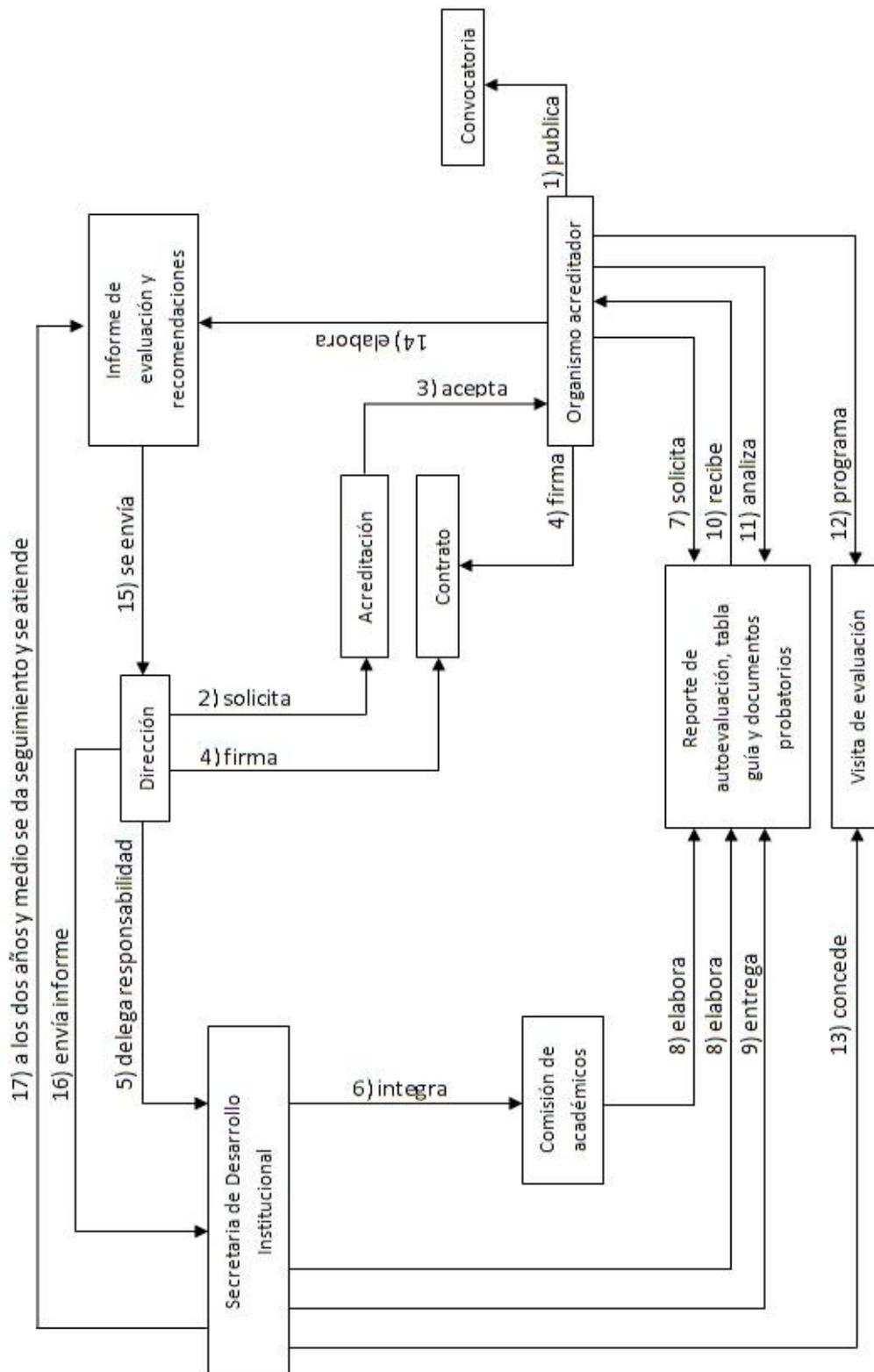


Figura 1. Se muestra el diagrama del proceso que sigue la FES Cuautitlán para someter a los programas educativos al proceso de acreditación

No podrán existir dos o más programas académicos con el mismo nombre, pero si varios cuestionarios con el mismo nombre, y a un coordinador solo se le puede asignar un solo programa académico al que puede acceder.

Para manejar la información de los cuestionarios se implementó un editor de texto, que permite tratar los hipervínculos, imágenes, tablas y texto que conforman la información de cada reactivo por separado, propiciando que se pueda llevar un control de grado de avance, observaciones y estado de recomendación.

El siguiente punto es proporcionar una vista rápida del cuestionario que podrá ser visto por todos los usuarios en cualquier momento. Para mantener organizada la documentación probatoria se implementará un administrador de archivos que permitirá realizar acciones básicas sobre los documentos, como permitir que sean vistos por los coordinadores y la estructura de los directorios estará determinada por los indicadores del cuestionario.

Para ayudar a crear el informe en formato digital, se proporcionará un módulo denominado *plantilla* el cual generará un archivo comprimido de tipo *zip* con el contenido del cuestionario y los documentos probatorios correspondientes, ésta será una versión tentativa de la que deberá ser entregada al organismo externo reconocido.

La manera en que se propone atender las recomendaciones es con la creación de un módulo que contendrá únicamente las preguntas que se encuentran en recomendación permitiendo llevar un control de porcentaje de avance, observaciones y el contenido de las mismas. Toda la información anteriormente mencionada que haya sido modificada en este módulo será cambiada en todo el cuestionario, para finalmente crear el informe en formato digital.

2.2.1 Requerimientos de hardware y software.

Para alojar el sistema se requiere un servidor con Apache 2.5 con soporte para *JSON* 1.2.1 y PHP 5, mismo que atenderá las peticiones del usuario, además de MySQL 5 para gestionar la base de datos, todos estos gratuitos.

Del lado del cliente o usuario, se requiere como mínimo una computadora con procesador a 450 MHz, 256 Mb en RAM, una resolución de pantalla de 1024 x 768 pixeles, una conexión a Internet y un navegador web como Internet Explorer 6, Firefox 2 ó superiores, con JavaScript habilitado, un escáner preferentemente de alto rendimiento y por ultimo cualquier descompresor zip para la plantilla que se genera con todos los archivos como puede ser Winzip, Winrar, etc.

2.2.2 Seguridad del Sistema.

En el sistema se manejan tres niveles de seguridad:

1. Del sistema operativo. Refiere a todos los programas como antivirus, *firewalls*, etc., que garantizan la seguridad del cliente local y remotamente.
2. De la base de datos. Es el acceso y privilegios que tiene los usuarios para visualizar y modificar la información que se encuentra en el SGBD.
3. De usuarios. Establece la interacción del usuario con respecto a la integridad del sistema, para ello se consideran los siguientes puntos:
 - Para comenzar a utilizar el SiSEE a través del navegador de Internet, cualquier tipo de usuario debe identificarse con su nombre de usuario y contraseña asignados, y una vez validados podrá tener acceso al mismo

- Existen cuatro niveles de acceso al sistema:
 - ✓ Nivel 1: El administrador del sistema (secretaria de la SDI).
 - ✓ Nivel 2: El director de la Facultad.
 - ✓ Nivel 3: Los coordinadores de las carreras de la Facultad.
 - ✓ Nivel 4: Es para el capturista designado por el administrador.
- Si cualquier usuario del sistema olvida su contraseña, no podrá recuperarla debido a que se encuentra codificada bajo el algoritmo de reducción criptográfica *MD5*, el cual no puede ser decodificado, por lo tanto el administrador deberá asignarle una nueva.
- El administrador solo podrá crear usuarios con nivel 3.
- El administrador tendrá todos los privilegios sobre el sistema, como son: agregar carreras, cuestionarios, usuarios, visualizar todos los archivos e información del cuestionario y de las preguntas en recomendación, armar el cuestionario con indicadores y contenidos, poner en recomendación las preguntas correspondientes con su avance y observación, subir archivos, descargarlos, copiar archivos para ser visualizados por los coordinadores, cambiar nombres, crear la plantilla, eliminar.
- El director podrá visualizar el contenido, los archivos y las preguntas en recomendación de cada una de las carreras que se encuentran en el sistema, además de llevar a cabo la descarga de archivos.
- Los coordinadores podrán visualizar el contenido y las preguntas en recomendación correspondientes a la carrera que les fue asignado, se les permite subir archivos y solo descargar aquellos que estén disponibles.
- El capturista cuando tiene acceso al sistema podrá agregar carreras y cuestionarios, visualizar todos los archivos e información correspondiente al cuestionario, armar el cuestionario con indicadores y contenido, poner en recomendación las preguntas correspondientes con su avance y observación, subir archivos, descargarlos y cambiar nombres.
- El tamaño máximo para subir archivos es de 20 MB por cada archivo y solo se admiten ciertos tipos.

3. Desarrollo Metodológico

Debido a la complejidad de los procesos de evaluación externa (acreditación y evaluación diagnóstica) en un principio fue difícil analizar y entender el problema que se requería solucionar, pero una vez comprendidas las necesidades del usuario se llevo a cabo el desarrollo del sistema usando las nuevas herramientas en la programación web tales como AJAX, XML, JSON, entre otras.

En el desarrollo del Sistema para el Seguimiento de la Evaluación Externa (SiSEE) se conjuntaron recursos (humanos y financieros), conocimientos, técnicas y herramientas, mismos que se estructuró en etapas:

Primera etapa: Definición de los requerimientos del sistema de control de información.

Dado que en toda autoevaluación de programas académicos los requerimientos de información se agruparon en:

a) información que refiere a los datos institucionales e información probatoria que responde a los requerimientos de los organismos evaluadores y acreditadores. La propuesta de sistematización consistió en considerar la información como un conjunto de *indicadores y/o contenidos*. Los indicadores refiere a las categorías, factores o áreas que evaluará el organismo evaluador externo; en tanto que los contenidos se conforman de toda aquella información que no corresponda a los

indicadores; el manejo de la información de cada reactivo es por separado, propiciando que se pueda llevar un control de grado de avance, observaciones y estado de recomendación.

b) Creación del informe en formato digital, conforma la autoevaluación que es entregada al organismo evaluador externo.

c) Recomendaciones, incluye las sugerencias hechas por los organismos evaluadores y acreditadores, lo que permitirá llevar un control sobre el nivel de cumplimiento de las acciones emprendidas.

Segunda etapa: Requerimientos de hardware y software.

Refiere a los requerimientos del equipo para alojar el sistema, así como para gestionar la base de datos y las especificaciones del equipo de cómputo de los usuarios del sistema.

Tercera etapa: Seguridad del Sistema.

Con objeto de garantizar que no existan fugas de información ni alteración de los datos, para el desarrollo del sistema se consideraron niveles de seguridad:

4. Del sistema operativo. Refiere a todos los programas como antivirus, *firewalls*, etc., que garantizan la seguridad del cliente local y remotamente.
5. De la base de datos. Es el acceso y privilegios que tiene los usuarios para visualizar y modificar la información que se encuentra en el SGBD.
6. De usuarios. Establece la interacción del usuario con respecto a la integridad del sistema, para ello se consideran los siguientes puntos:
 - a) Identificación con nombre de usuario y contraseña asignada
 - b) Existen cuatro niveles de acceso al sistema:
 - Nivel 1: El administrador del sistema
 - Nivel 2: El cuerpo directivo
 - Nivel 3: Los coordinadores de las carreras
 - Nivel 4: El capturista

Cada nivel de acceso al sistema dispone de privilegios específicos de acuerdo a la asignación de funciones.

Cuarta etapa: Diseño de formularios y procesos

Refiere a la descripción de los procesos del SiSEE, mediante diagramas de flujo y formularios con los que interactúan los usuarios y la descripción de los mismos.

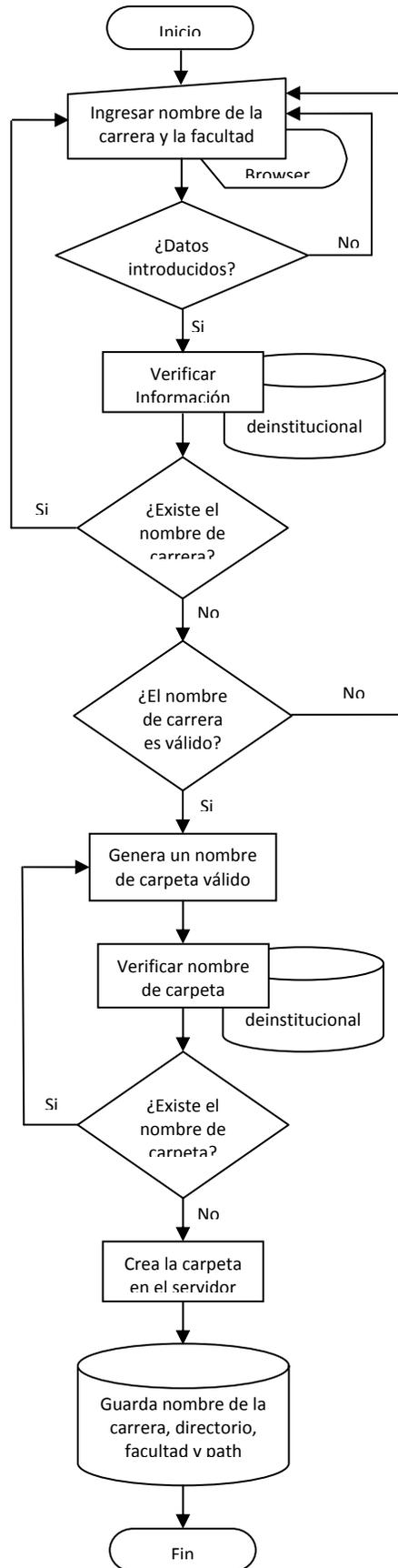
4. Resultados.

Diseño de formularios y procesos del Sistema

A continuación se hace la descripción de los procesos más importantes del SiSEE, mediante diagramas de flujo y formularios con los que interactúan los usuarios y la descripción de los mismos.

Agregar carrera.

El administrador del sistema y los capturistas, son los únicos usuarios que tienen permitido agregar carreras en el sistema. Para llevar a cabo este proceso se debe ingresar el nombre de la carrera y de la facultad, el nombre de carrera no debe contener caracteres especiales como @, ", #, por mencionar algunos, los únicos caracteres permitidos de este tipo son ., %, (), +, - y _. Una vez validado el nombre, se verificará que el nombre de carrera no exista, ya que no pueden existir 2 carreras con el mismo nombre, y pasando estas dos condiciones se crea una carpeta de la carrera en el servidor, cuyo nombre es diferente a cualquier carpeta de carreras existente en el servidor, finalmente se guarda la información en la base de datos.



En este formulario se pueden visualizar dos campos de texto en los que se debe ingresar el nombre de la nueva carrera y la facultad a la que pertenece, así como con los botones cancelar y enviar, para omitir o concluir el proceso.



Agregar Carrera

Nombre:

Facultad:

Cancelar Enviar

Después de enviar la información, se podrá visualizar el menú de la carrera creada, con información del nombre de la carrera, la facultad, la indicación de que hasta el momento no existen cuestionarios y por último al ser una carrera recién creada por lo tanto no existen archivos visibles para los usuarios ni archivos subidos por los usuarios.



UNAM SDI/SISEE | Documentación | Acerca de

Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán
Secretaría de Desarrollo Institucional

Medicina Veterinaria y Zootecnia

¡Hola! Margarita Flores Zepeda » Inicio | Usuarios | Salir

Carrera: Medicina Veterinaria y Zootecnia

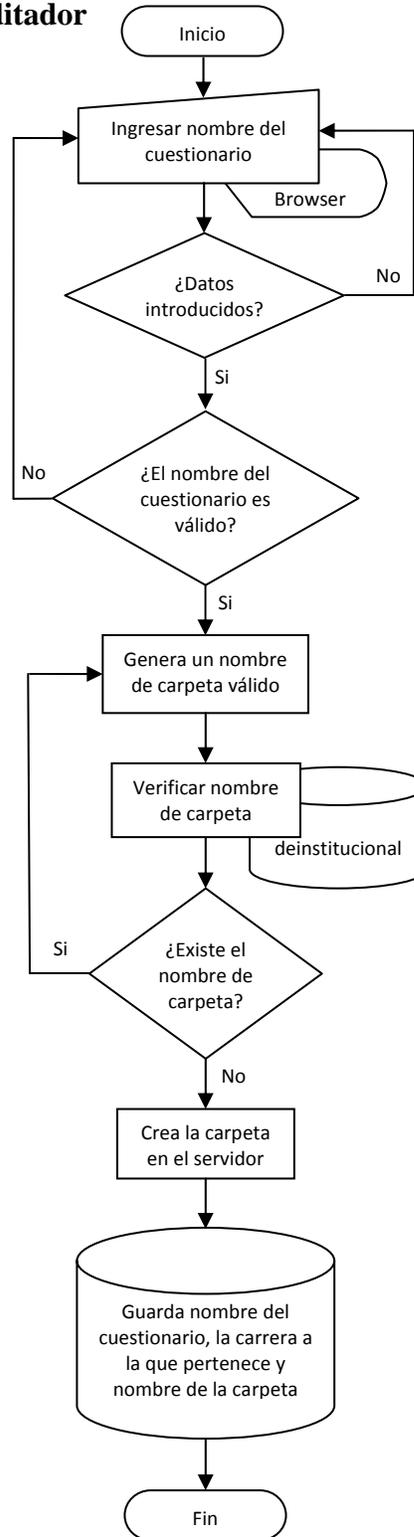
Cuestionarios: 0
No hay cuestionario(s).

Archivos visibles para Usuarios: 0
Archivos subidos por Usuarios: 0

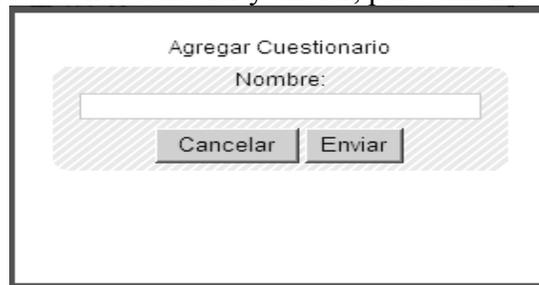
Facultad: Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán Campo 4

Agregar cuestionario de nuevo organismo acreditador

El administrador del sistema y los capturistas, son los únicos usuarios que tienen permitido agregar cuestionarios en el sistema. Para este proceso se debe ingresar el nombre del cuestionario, dicho nombre no debe contener caracteres especiales como @, ", #, por mencionar algunos, los únicos caracteres permitidos de este tipo son ., %, (), +, - y _. Una vez validado el nombre, se crea una carpeta del cuestionario en el servidor, cuyo nombre es diferente a cualquier carpeta de los cuestionarios de la carrera seleccionada existente en el servidor y finalmente se guarda la información en la base de datos. Es muy importante mencionar que para este proceso una carrera puede tener uno o más cuestionarios con el mismo nombre.



Para poder llevar a cabo este proceso, debe haber creada al menos una carrera, en el siguiente formulario se pueden visualizar un campo de texto en el que se debe ingresar el nombre del cuestionario, así como con los botones cancelar y enviar, para omitir o concluir el proceso.



Agregar Cuestionario

Nombre:

Después de enviar la información, se podrá visualizar en el menú de la carrera, el nombre del cuestionario creado y debajo de él diferentes acciones disponibles, además de la información mencionada en el proceso de agregar una carrera, se muestra un resumen con el nombre de los cuestionarios creados y el avance que tienen las preguntas que se encuentran en él.



UNAM SDI SISEE | Documentación | Acerca de

Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán
Secretaría de Desarrollo Institucional

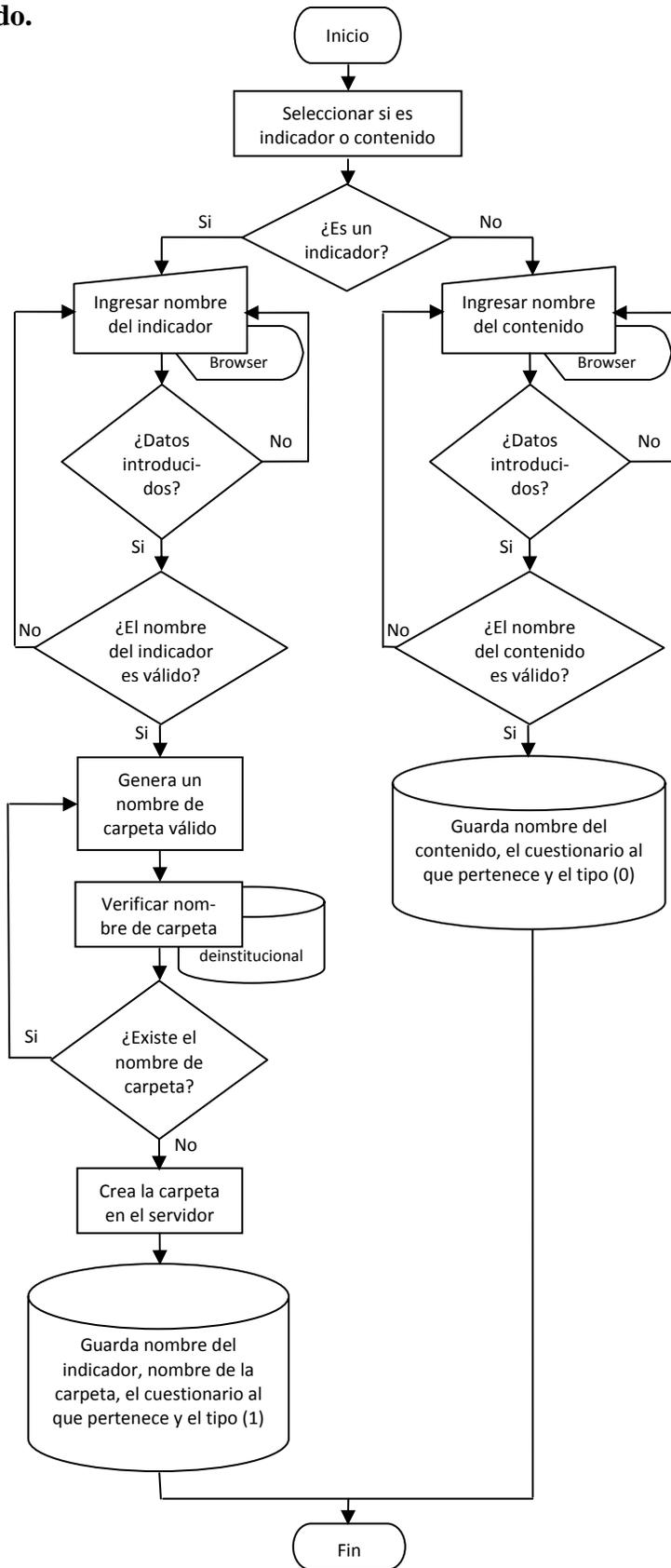
Medicina Veterinaria y Zootecnia

¡Hola! Margarita Flores Zepeda » Inicio Usuarios Salir

Carrera: Medicina Veterinaria y Zootecnia x	Cuestionarios: + Acreditación ✓ [icon] [icon] [icon] [icon] x	Resumen: • Acreditación: Avance: A - 0, B - 0, C - 0, D - 0
Facultad: Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán Campo 4		Archivos visibles para Usuarios: 0 Archivos subidos por Usuarios: 0

Agregar un indicador y/o contenido.

El administrador del sistema y los capturistas, son los únicos usuarios que tienen permitido agregar indicadores y/o contenidos en los cuestionarios del sistema. Para este proceso se debe seleccionar si se trata de un indicador o de un contenido, posteriormente ingresar el nombre del mismo, dicho nombre no debe contener caracteres especiales como @, ", #, por mencionar algunos, los únicos caracteres permitidos de este tipo son ., %, (), +, - y _. Una vez validado, en el caso de los indicadores se crea una carpeta de los indicadores del cuestionario seleccionado existente en el servidor, finalmente se guarda la información en la base de datos tanto para indicadores como para contenidos. Es importante mencionar que un cuestionario puede tener uno o más indicadores y/o contenidos con el mismo nombre.



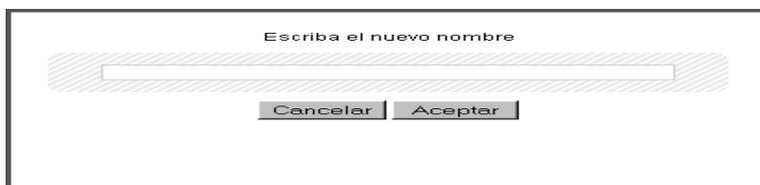
Para poder llevar a cabo este proceso, se debe haber creado un cuestionario y posteriormente se debió haber seleccionado la opción de “Editar cuestionario” en el menú de la carrera, en este proceso se presentan dos formularios. El primero es el que muestra como elegir entre un indicador o un contenido.



Una vez hecha la selección, en la misma columna aparecerá un recuadro en donde se debe editar el nombre para que se guarde la información en la base de datos.



Al editarse el nombre aparecerá un formulario en el cual se puede visualizar un campo de texto para ingresar el nombre, así como con los botones cancelar y aceptar, para omitir o concluir el proceso.



Algunas de las características del Sistema para el Seguimiento de la Evaluación Externa (SiSEE) son:

- a) Permite realizar de manera más rápida y eficiente el trabajo de organizar, analizar la información
- b) Es costeable, de fácil uso y confiable
- c) Se requiere realizar el seguimiento del ciclo de vida del Sistema para el Seguimiento de la Evaluación Externa (SiSEE), ello en virtud de que se trata de un proceso iterativo, que en caso de que cambien las especificaciones de requerimiento de información por parte de los organismos evaluadores externos, será necesario modificar los requisitos que se usaron en la etapa de diseño ó implementación del sistema, por lo que las etapas sucesivas (etapas de: *implementación o codificación*; pruebas e integración; mantenimiento y obsolescencia), sufrirán una modificación ó bien si al momento de implementar y probar el sistema se detectan errores para corregirlos probablemente se requiera repetir etapas anteriores.

Conclusiones

El Sistema para el Seguimiento de la Evaluación Externa (SiSEE), es una aplicación en línea que favorecerá la realización de las acciones en los procesos de evaluación externa (acreditación y evaluación diagnóstica) dentro de la FESC, y que repercutirá en una gestión más eficiente, buscando optimizar tiempo y recursos humanos.

Aunado al hecho de que es el primer sistema en la Facultad que permitirá tener control de la información, eficiencia en la organización y disposición, además de disponer de la misma en línea garantizando niveles de seguridad en el acceso de la información para los procesos de evaluación externa.

Se trata de un estudio precursor, por ser el primero que se realiza sobre el seguimiento de los procesos de evaluación externa en una institución de educación superior.

Bibliografía

- Cobo, Angel, [et al.], *PHP y MySQL Tecnologías para el desarrollo de aplicaciones web*, 1ra. ed., Ediciones Díaz de Santos, España 2005, 504 p.
- Cuevas Agustín, Gonzalo, *Ingeniería del Software: Práctica de la programación*, 1ra. ed., RA-MA, España 1991, 519 p.
- CIEES. *Metodología General para la Evaluación de Programas Educativos: Manual para la Autoevaluación*. México, 2007. 88 p.
- COPAES. *Marco General para los procesos de Acreditación de Programas Académicos de Nivel Superior*, COPAES, formato HTML, recuperado: http://www.copaes.org.mx/documentos/Documentos/3_Marco_general.pdf. [citado 02-01-09].
- Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, UNAM. *Plan de Desarrollo Institucional 2005-2009*. FESC-UNAM. México. 2006, 94 p.
- Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, UNAM. *Informe 2008*. FESC-UNAM. México. 2008, 210 p.
- Firtman, Maximiliano, *Ajax Web 2.0 para profesionales*, 1ra. ed., Alfaomega, México 2007, 421 p.
- Gutiérrez Rodríguez, Abraham, Ginés Bravo García, *PHP 5 a través de ejemplos*, Alfaomega, México 2005, 552 p.
- Joyanes Aguilar, Luis, Ignacio Zahonero Martínez, *Estructura de datos: algoritmos de abstracción y objetos*, Mc Graw-Hill, España 1998, 856 p.
- Lawrence Pfleeger, Shari, *Ingeniería del Software: Teoría y Práctica*, TR: Elvira Quiroga, Prentice Hall, Argentina 2002, 759 p.
- López Quijado, José, *Domine JavaScript*, Alfa-Omega: Ra-Ma, México 2004, 616 p.
- Schmitt, Christopher, [et al.], *CSS Hojas de Estilo en Cascada para el diseño Web*, TR: Gómez Celador, José Luis, Ediciones Anaya Multimedia, Madrid, Febrero de 2006, 463 p.
- Silberschatz, Abraham, Henry F. Korth, S. Sudarshan, *Fundamentos de Bases de Datos*, TR: Fernando Sáenz Pérez [et al.], 4ta. ed., McGraw Hill, España 2002.
- Sommerville, Ian, *Ingeniería del software*, TR: María Isabel Alfonso Galipienso, [et al.], 7a ed., Pearson Educación, España 2005, 687 p.
- SEP-CIEES. 10 Años de Impulso a la Calidad de la Educación Superior en México. SEP. México. 2001. 2 p.
- Tejedor Cerbel, Jorge Aurelio, [et al.], *Gestión y desarrollo de sistemas de información en Internet*, Escuela Universitaria de Informática, Universidad Politécnica de Madrid, Madrid 2006, 229 p.

LAS REDES SOCIALES EN LAS ORGANIZACIONES

Salvador Madrigal Moreno bolo11@gmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

José de Jesús Martínez Rodríguez pepe1424@gmail.com Universidad Vasco de Quiroga

Resumen

El desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) y su incorporación en el ámbito organizacional exige la inclusión de las redes sociales como un elemento fundamental de todo plan estratégico. Hoy más que nunca las organizaciones demandan estrategias comunicativas que permitan estar en un mayor contacto con sus clientes, proveedores, instituciones públicas, gobierno, bancos, etc.

Las organizaciones no pueden ignorar esta realidad y en sus prioridades deben considerar adecuadas estrategias comunicativas que integren la utilización de las redes sociales. Las redes sociales pueden brindar información oportuna y pertinente de lo que sucede en la organización y su entorno. Representan mecanismos ágiles de comunicación externa que permiten mantener mejor comunicación a la institución con sus públicos externos.

Palabras Clave: Comunicación externa, redes sociales, estrategias comunicativas.

Abstract

The development of Information and Communications Technology (ICT) and their incorporation into the organizations requires the inclusion of social networking as a crucial element of any strategic plan. Today, more than ever, organizations require communication strategies to keep and create better relationships with their customers, suppliers, public institutions, governmental institutions, banks, etc. Organizations cannot ignore this reality and in their priorities they must consider appropriate communicational strategies that include the use of social networking. Social networking can provide relevant information on time of all the activities of the organization and its environment. They are excellent communication mechanisms that allow a better communication to the institution with its external audiences.

Key words: Social networking, external communication, communicative strategies.

El impacto de las redes sociales en las organizaciones

Lo primero que se debe establecer es que el término “red social” no es nuevo, no necesitó de la creación de páginas y plataformas digitales de interacción social para su surgimiento o existencia. No es un resultado del desarrollo del Internet 2.0. Es por lo tanto, un término tan antiguo como la vida social en sí.

Se puede definir a las redes sociales como las “relaciones de carácter laxo, flexible, horizontal, los actores involucrados son múltiples y con débil o ninguna institucionalización” (Rivoir, 1999) considerando esta definición como el uso que se le da actualmente al término. Antropológicamente, las redes sociales fueron un objeto de estudio desde la segunda guerra mundial, al querer comprender cómo una sociedad se comportaba bajo la necesidad de adaptarse a un nuevo entorno, dejando de lado elementos sociales institucionalizados, dogmáticos y fijos.

Para poder abordar este tema y establecer el panorama y entorno del fenómeno de las redes sociales en México y su impacto organizacional, primero se presentarán algunos datos duros dentro del campo del Internet y su penetración en la sociedad mexicana. Uno de los primeros datos a abordar es aquel que indica la cantidad de familias en México que cuenta con una computadora en su hogar, siendo tan solo el 18.4 % frente a un 93 % de televisores por casa según datos del Instituto Nacional de Geografía e Informática (INEGI).

Por otra parte, eMarketer aporta datos más acertados sobre la realidad del uso del Internet en México, ya que han sido avalados y reconocidos por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). Dicha publicación publicada en enero de 2009, indica que en México existían en 2007 23.6 millones de personas que por lo menos una vez al mes utilizan el Internet desde cualquier lugar. Un año después, en el 2008, creció a 27.4 millones y para el 2009 la cifra alcanzaba los 35.6 millones de usuarios ubicando a México en el lugar número diez de los países con mayor cantidad de usuarios en el mundo. De hecho hacen una proyección para el 2012 calculando que el número de consumidores se incrementará a 43 millones de mexicanos.

Según el mismo estudio realizado por eMarketer y un estudio realizado por Universal McCann en abril de 2008, de los participantes de las redes sociales que son el 13% (es decir 18 millones de

mexicanos) 4.9 millones de usuarios comparten fotos personales y familiares en línea, 3.9 millones comparte videos, 6.4 se dedica a ver esos videos, 4.8 millones bajan podcast; y 3 millones están suscritos a un feed RSS (Really Simple Syndication, se utiliza para difundir información actualizada frecuentemente a usuarios que se han suscrito a una fuente de contenidos).

México está ubicado en el lugar número cuatro de los países con más actividad en las redes sociales, solo siendo superado por Canadá, Brasil e Inglaterra. México y Brasil son los más grandes consumidores de YouTube en el mundo, usando el video como una de las principales herramientas en las redes sociales. Lo anterior demuestra que los usuarios de las redes sociales en México representan un gran mercado potencial de consumidores.

Según un artículo de Irma Valadez Calderón que publicó en la revista etcétera en agosto de 2009, el 60% de los usuarios de las redes sociales en México son mujeres, siendo los adultos de entre 25 y 40 años los más activos, y que además representan el rango de edad con mayor crecimiento en los sitios de interacción social. Otro dato interesante de este artículo es que en promedio, cada usuario de Internet en nuestro país invierte alrededor de cuatro horas diarias en mejorar su perfil, en donde tanto las mujeres y los hombres utilizan la red social como un espacio de cortejo, aunque los hombres tienen una mayor participación relacionada con actividades profesionales.

En México, de cada diez sitios que se visitan, cuatro son referentes a Redes Sociales. Y si se considera que YouTube también es una Red Social, entonces se estaría hablando de la mitad de los diez portales (Alexa, 2008).

Lo que no se puede negar es que los mexicanos, rápidamente han llegado a promover las relaciones humanas a través de plataformas digitales, ya sea por fotos, video e incluso actualizando su perfil en tiempo real.

Las redes sociales se han convertido en una importante plataforma de interacción social, en donde el fenómeno de la comunicación interpersonal le ha cedido su lugar a la interacción digital dentro de la red que parece cada vez se renueva más rápidamente y se transforma a sí misma para ofrecer nuevas funcionalidades y experiencias a los usuarios. Además del beneficio económico que obtienen las empresas, el uso de las redes y los nuevos medios de comunicación representan costos mínimos para

otros sectores, como las campañas políticas y los movimientos civiles, quienes no emplean grandes recursos económicos para tratar de penetrar en las conciencias de sus respectivos mercados.

Pero lo interesante aquí ya no son precisamente estas plataformas en sí y las herramientas o posibilidades que puedan ofrecer. El valor agregado es ahora la combinación de todos estos servicios y la integración de todas estas posibilidades al plan estratégico de comunicación externa de las organizaciones.

Las redes sociales vinieron a ser la evolución de la mensajería instantánea y el correo electrónico. Pero actualmente y dependiendo de los servicios que, aun cuando ya es decisión del individuo su utilización y adaptación a sus necesidades, no dejan de tener particularidades entre ellas.

Una pregunta válida en este momento sería ¿por qué tendrán tanto éxito este tipo de redes?

Las características de un usuario promedio de las redes sociales en México oscila entre los 18 y 35 años de edad, generalmente con una preparación escolar, en donde según datos arrojados por el INEGI en 2005, la mayoría son mujeres. Son por lo tanto, las personas que más rápidamente han adoptado las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, son quienes utilizan con mayor frecuencia el Internet, perteneciendo al grupo socioeconómico media alto y alto, y que prefieren generar sus propios mensajes comunicativos a través de texto, video o fotos que acceder o consultar los medios tradicionales para mantenerse informados o comunicados.

Obviamente el rubro de la edad se irá extendiendo, y también se verá con mayor naturalidad que un solo individuo pertenezca no sólo a una red social, sino a varias, fomentando ahora nuevas plataformas en las que convivan y se representen todas sus manifestaciones sociales digitales.

Sólo resta considerar un elemento más en cuanto a la penetración de las redes sociales, llevar la red social en el pantalón. Los celulares son un elemento que por sus características técnicas propician de manera natural la expansión de la red social del Internet. Las propias plataformas de redes sociales crean y desarrollan aplicaciones destinadas a funcionar en los aparatos telefónicos móviles, permitiéndole al usuario estar constantemente conectado y actualizado en su red social.

Eso propicia que el comportamiento social y el decidir la cantidad de interacciones virtuales y reales se intensifique significativamente. Se intensifica ya que estará disponible en cualquier lugar y a cualquier hora, lo que propiciará en definitiva que las relaciones entre las comunidades virtuales se fomenten y fortalezcan ya que podrán acceder en un sentido de omnipresencia a dichas comunidades. Las redes sociales sin duda vienen acompañadas de cierto sentimiento de resistencia para muchos, de fascinación para otros y hasta de cierto misticismo y hasta fanatismo para otros más. La mayor parte de las herramientas y servicios que ofrecen y en si todo el desarrollo tecnológico vinculado a reforzar y evolucionar los procesos comunicativos han tenido una relevancia especial precisamente en las redes sociales.

No habrá más que esperar para ver cómo este desarrollo, que viene desde las salas de chats, el correo electrónico y últimamente los blogs, sigue evolucionando con la incorporación de nuevas y más eficientes tecnologías convirtiendo a las redes sociales en elementos inherentes del ser humano.

Las redes sociales seguirán evolucionando, poniendo en común (elemento propio de comunicación) la aportación de conocimientos entre varias culturas, apostándole a producir en poco tiempo avances técnicos con resultados aplicables a servicios transformadores en pro de la comunicación humana. La necesidad de incorporar a las redes sociales a la comunicación externa de las organizaciones crece cada día, pues representan una gran oportunidad para potencializar la interacción con los públicos externos de la organización. Y si estas redes sociales fomentan o expanden la interacción entre los individuos, claro está que las empresas están observando el gran potencial que ofrecen estos medios para crear nuevos y muy interesantes vínculos entre sus productos y su mercado potencial.

No cabe duda que se está viviendo un cambio de época, en donde el transmitir información se complementa de manera directa con los medios digitales. La información oportuna y pertinente de lo que sucede en la organización y su entorno, y el contar con mecanismos ágiles de comunicación mantiene al conjunto de la institución y a sus miembros en una misma sintonía y permite compartir expectativas.

Es por esto que las empresas están destinadas a innovar los objetivos de sus estrategias de comunicación para poder estar preparadas ante los futuros cambios en los medios. Por ejemplo, para la publicidad que se hace de los productos de las empresas tradicionalmente se recurría a la prensa, a

la radio o a la televisión. Sin embargo, cada día van perdiendo audiencia debido a que, entre otras cosas, el comportamiento del consumidor está cambiando y la manera de obtener información está cada vez más ligada a los medios digitales.

Cabe anotar en este punto que no se está postulando el hecho de que los medios tradicionales vayan a desaparecer de manera inminente, por el contrario, se está observando un comportamiento en los medios de una evolución y adaptación a la manera de consumo del individuo. En la mayoría de las empresas hay resistencia para aceptar los cambios en los modelos de comunicación con relación a sus consumidores, pero es cuestión de tiempo de que vean que el 50% de los internautas obtienen su información a través de la web, considerándola como la primera fuente de datos, por lo que muchas empresas innovadoras han comenzado a incorporar herramientas de comunicación participativa, como los blogs y las redes sociales.

Estas empresas han podido demostrar que su comunicación con las personas dejó de ser lineal y pasiva, y que con la integración y consolidación en el uso de las redes sociales se deja atrás la era de la información, para pasar a la era de la participación.

Así, los clientes y potenciales clientes que siempre se han considerado como simples receptores de información, se van convirtiendo con la ayuda de las redes sociales en emisores de información y generadores de opinión. No se puede negar que los clientes siempre hablan entre ellos y se van recomendando productos o servicios, pero con la llegada de las redes sociales, estas conversaciones se han multiplicado por miles, y en tiempos de difusión muy cortos. Lo cual le permite a las organizaciones contar con información oportuna para poder responder a las demandas del mercado.

Debido a que las redes sociales son un canal idóneo de comunicación e información principalmente para los jóvenes, es mucho más fácil comenzar a generar una conversación entre este segmento que entre uno mayor, por lo tanto si el producto va dirigido a personas de entre 18 a 30 años, las redes sociales deben considerarse como un elemento clave en la estrategia de comunicación de la empresa.

“La rápida adopción de las nuevas tecnologías sociales, en comparación con otras como el teléfono o la radio, ha hecho que internet se convierta en uno de los más importantes canales de distribución para muchas empresas, por lo que el precio de no invertir en tecnologías web es altísimo” (Odriozola

Celaya).

Conclusiones

El desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación trae como cambio directo en una empresa que sus departamentos que llamaban de prensa, ahora lleven el nombre de Departamento de Comunicación. Y si antes se requería de un ingeniero en sistemas que habilitara la página web, hoy en día se requiere de un administrador de redes sociales. Lo importantes es que las empresas no sólo tengan como tarea el cambiar de nombre a su departamento, sino que realmente implante nuevas estrategias de comunicación con el mercado, y no siga siendo un mero ejercicio de información. Incorporar a las redes sociales como parte de la comunicación externa de una organización es un asunto no solo relevante, sino estratégico. Su implementación permitirá a la organización tener una mayor y mejor vinculación hacia sus públicos (clientes, proveedores, instituciones gubernamentales, instituciones financieras, organizaciones civiles, etc.).

Pareciera que es fácil de entender que estas nuevas tecnologías permitirán mejorar la comunicación con clientes o proveedores y de hecho, es algo que a día de hoy se encuentra relativamente extendido, no obstante se trata de conocer realmente su potencial y darles el valor comunicativo que se verá reflejado como un beneficio económico en la organización. Es favorable conocer qué son las redes sociales y cuáles son las más adecuadas para la empresa en lo particular

Este inminente beneficio no afecta ni impacta de igual manera a todas las empresas, ya que debe analizarse el tipo de producto que se ofrece, el tipo de público al que va dirigido, y en resumen al tipo de personas que se quiere llegar.

La organización necesita innovar para poder ofrecer información oportuna y pertinente. Ante la dinámica de cambio organizacional y evolución tecnológica del internet es imprescindible transformar la manera en cómo las empresas ofrecen sus productos y servicios, sin olvidar que recientemente los nuevos consumidores identifican y eligen una marca en gran porcentaje por su experiencia con ella en internet.

Bibliografía

- FERNÁNDEZ Collado Carlos, (2009) *La comunicación en las Organizaciones*, México: Trillas.
- SALAVERRÍA, Ramón (2005), *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Wright, Jeremy. (2007). *Blog Marketing*. México, Mc Graw Hill.
- ODRIOZOLA CELAYA, J. (2008). *La empresa en la web 2.0 el impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial*. Barcelona, Gestión 2000.

Referencias electrónicas

- AGUILAR Rubén. (2011) *Cultura Organizacional, tendencias*. Recuperado el 20 de octubre de 2011. <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=9727>
- ALEXA. *The web information company*. Recuperado el 06 de octubre de 2011. [Alexa.com \(2011\), http://www.alexa.com/topsites/countries/MX](http://www.alexa.com/topsites/countries/MX).
- Asociación Mexicana de Internet (2009), “Estudio AMIPCI Hábitos de los usuarios de Internet en México”. Recuperado el 05 de octubre 2011 www.amipci.org.mx/estudios/.
- BARNES, John (1954), “Class and committees in a Norwegian Island Parish”, in *Human Relations*, No. 7, 39-58.
- CONTRERAS Sergio. (2010) *Las redes sociales*. Recuperado el 19 de octubre de 2011. <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=5821&pag=1>
- eMarketer (2009), “México Online”, www.slideshare.net/Engelnator/e-marketer-mexico-online-2009-presentation.
- ESCOBAR, Beatriz. *Las redes sociales como herramientas de comunicación interna en la organización*. (2011). Recuperado el 05 de octubre de 2011. <http://www.boletindintel.es/BoletinesAyS/B100316/Docs/gesfor.pdf>
- GÁMEZ FUENTES, María José y NOS ALDÁS, (2006), Eloisa, editoras, *Medios de comunicación y solidaridad: Reflexiones en torno a la (des)articulación social*, Castellón, Publicacions de la Universitat Jaume I.
- INEGI, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. Recuperado el 28 de septiembre 2011, <http://www.inegi.org.mx/Sistemas/temasV2/Default.aspx?s=est&c=19007>
- RIVOIR, Ana Laura (1999), "Redes Sociales: ¿Instrumento Metodológico O Categoría Sociológica?", en *Revista de Ciencias Sociales*, No. 15, Montevideo, Fundación de Cultura Universitaria.
- VALADEZ CALDERÓN, Irma (2009), “Redes Sociales: Usos en México”, en *Revista Etcétera*. Recuperado el 19 de octubre de 2011 www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=1148.

SME: SOFTWARE DE APLICACIÓN MULTIMEDIA

Yolanda Villafuerte Cárdenas yovical19@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Gustavo A. Gutiérrez Carreón gagutc@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Rosalba Cervantes Meza r_96120686@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

La Multimedia en los últimos años ha ido creciendo ligada estrechamente a los avances tecnológicos y adaptándose a las necesidades del ser humano. Cada vez son más los medios de comunicación en los cuales se utiliza la Multimedia como soporte para la presentación de información o contenidos. A su vez en el ámbito educativo en general, la facilidad de comprensión y retención de los contenidos que se desarrollan por medio de los sistemas Multimedia es muy superior a la lograda con los medios tradicionales. Una nueva vertiente en el uso de la Multimedia, es la Multimedia Interactiva en la cual se permite al usuario tener libertad sobre el control de la presentación de los contenidos, decidiendo que se quiere ver y en qué momento se desea hacerlo, en forma muy distinta a la que se realizaría a través de una presentación lineal. El objetivo de este trabajo es mostrar los beneficios que proporciona la multimedia para la enseñanza a nivel Licenciatura y en particular se propone un Software de Aplicación Multimedia para la enseñanza llamado (SME) “Sistema Multimedia para la Enseñanza” el cual, es una herramienta de apoyo a los estudiantes, permitiéndoles navegar en los contenidos de los cursos a través de Multimedia Interactiva.

Palabras Clave: Multimedia Interactiva, Sistema Multimedia, Software Multimedia, Enseñanza, Aprendizaje.

Abstract:

Multimedia in recent years has been growing closely linked to technological advances and adapt to human needs. There are more and more media in which it is used as supporting for the multimedia presentation of information or content. At the same time in education, easily comprehension and retention of the content to be developed through Multimedia systems is far superior to that achieved with traditional media. A new Multimedia use is Interactive Multimedia which allows the user to have control over the presentation of content, allowing users to what see and when you want it, in a very different which is realized through a linear presentation. The aim of this paper is to show the benefits that multimedia for teaching undergraduate and in particular proposes a Multimedia Application Software for teaching called (SME) "Multimedia System for Teaching" which is a tool support for students, allowing them to navigate the course content through interactive multimedia.

Key words: Multimedia Interactive Multimedia Systems, Multimedia Software, Teaching, Learning.

Introducción:

El término Multimedia¹⁵⁶ es confuso ya que no se ha unificado una definición concreta aun así algunos de los siguientes autores concuerdan en sus elementos esenciales. Stephen Wilson (1994),

¹⁵⁶ La Real Academia de la Lengua Española Menciona “Multimedia (Del ingl. Multimedia).adj. Que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos y texto, en la transmisión de una información.”

experto en interactividad, señala: "Los interactivos Multimedia permiten a las personas seguir los propios caminos asociacionistas; experimentar y construir sus propias estructuras cognitivas, y enlazar sus acciones con las necesidades emocionales y de identidad. En aplicaciones de aprendizaje y de información, las teorías sugieren que los materiales son recordados, utilizados e integrados de mejor forma".

Por otro lado, Xavier Berenguer en su artículo "*Escribir programas interactivos*" (1997) menciona, "Un sistema Multimedia está constituido por un conjunto de informaciones representadas en múltiples materias expresivas: texto, sonido e imágenes estáticas y en movimiento, y codificadas digitalmente, registradas en un soporte cerrado u off-line, como por ejemplo el CD-ROM o el DVD".

En el mismo contexto, Jean- Pierre Carrier en su libro "*Multimedia Aplicada*" (2001) menciona "La multimedia es la combinación de texto, sonido, imágenes y video con el objetivo de comunicar un mensaje cambiando la forma en que el hombre interactúa con la computadora". Existen categorías de Multimedia donde los usuarios controlan ciertos elementos decidiendo en que momento aparecerán a través de botones.

La comunicación Multimedia se ha desarrollado ampliamente desde sus orígenes hasta la actualidad, facilitando a las personas la interacción con las computadoras y otros dispositivos, convirtiéndolos en herramientas eficaces para el desarrollo de trabajos, proyectos, investigaciones y en el desempeño cotidiano.

Los entornos educativos son algunos en los que se pueden lograr mayores beneficios con el uso de la Multimedia, planteando cambios radicales en los procesos de enseñanza- aprendizaje en los próximos años. En particular, se debe lograr sensibilizar a profesores y administradores para que conozcan lo que puede ofrecerles Multimedia y que descubran que pueden ir mas haya de lo que se puede lograr con los métodos tradicionales de enseñanza.

Antecedentes:

Los contenidos juegan un papel indispensable en el proceso de enseñanza aprendizaje, lo cual crea la necesidad de transmitir información útil para los estudiantes y lograr la retroalimentación con los maestros, el resultado de este proceso de interacción es el aprendizaje, por lo tanto la manera de transmitir estos conocimientos y los medios con los que se cuenta pueden influir en como aprenden las personas. Por lo general en los métodos tradicionales de enseñanza la transmisión de los contenidos es a través de un solo medio, por ejemplo el texto impreso o la exposición oral por parte del maestro. El receptor es solo un participante pasivo en este proceso. En cambio, en los métodos que se utiliza la multimedia, el alumno juega un papel activo e importante en el proceso. Existen en la actualidad gran interés en encontrar formas de diseñar métodos de enseñanza de manera que el contenido educativo corresponda con las necesidades de los alumnos y así potenciar al máximo el aprovechamiento del conocimiento impartido y adquirido.

José Gustavo Cárdenas Rivera (2006) menciona, "El software educativo se caracteriza por ser un medio que apoya el proceso enseñanza-aprendizaje, además de constituir un apoyo didáctico que eleve la calidad de dicho proceso; sirve como auxiliar didáctico adaptable a las características de los alumnos y las necesidades de los docentes, como guía para el desarrollo de los temas objeto de estudio; representa un eficaz recurso que motiva al alumno, despertando su interés ante nuevos conocimientos e imprime un mayor dinamismo a las clases, enriqueciéndolas y elevando así la calidad de la educación".

En la misma línea de investigación Víctor E. Hernández B. (2007) Señala, "Los docentes han tratado de utilizar diferentes recursos para mejorar la manera en que facilitan el logro de los conocimientos por parte de sus estudiantes, de manera análoga el hombre a tratado de desarrollar nuevos recursos tecnológicos que le permitan llevar a cabo sus diferentes actividades de una manera más optima, como parte de ello se originó un crecimiento y un desarrollo considerable en las

llamadas TIC's, de la cual el docente se ha beneficiado e incorporado como técnica novedosa en el ejercicio de su labor”.

Existen diferentes empresas que desarrollan Software Multimedia, aunque en el caso particular de software para la enseñanza aun no ha crecido lo suficiente; VERMIC es una de las empresas que desarrolla Software educativo para uso en la escuela y el hogar, se especializan en educación preescolar, primaria y secundaria. En su catalogo de información mencionan, “Que la educación basada en competencias y soportada por métodos Multimedia, se han convertido en el hilo conductor de los procesos de enseñanza aprendizaje en todos los niveles educativos, promoviendo así que los alumnos desarrollen la capacidad de enfrentarse a las circunstancias de un mundo cambiante” (VERMIC, 2011).

El presente estudio se realizó con la finalidad de diseñar un Software de Aplicación Multimedia como apoyo al aprendizaje de alumnos a nivel Superior. Al observar las inquietudes de los Alumnos de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo con respecto a la necesidad de contar con una herramienta que facilitara el acceso a la información y ahorre el trabajo tanto a los maestros como a los alumnos. Se conto con la participación de los Alumnos de la carrera de Licenciatura en Informática Administrativa específicamente en la materia de Base de Datos II que cursaron el octavo semestre del sistema abierto en el periodo Feb – Ago 2011 y con los cuales se reflejaron los resultados en la utilización de este Software.

A partir de esto, surge una pregunta básica: ¿Se mejora el aprendizaje en de los alumnos al utilizar un Software Multimedia como herramienta de apoyo en comparación a lo realizado por los medios tradicionales de enseñanza?

En este estudio trataremos de responder a esta pregunta a través de la interpretación de los resultados obtenidos al implementar este Software de aplicación Multimedia. El resto del documento comenta la metodología de diseño centrada en el usuario, se presenta una propuesta de diagrama de funcionamiento y modelo de navegación, así como un prototipo de la herramienta. Posteriormente se mostrarán los resultados de este estudio y en el capítulo final se agregan algunas conclusiones y trabajos futuros.

Diseño:

El Software de Aplicación Multimedia para la Enseñanza a nivel Superior fue diseñado utilizando la Metodología Centrada en el Usuario con la finalidad de brindar una herramienta que promuevan la interacción con otros usuarios incentivando tanto el aprendizaje autónomo, así como el colaborativo y que pueda ser utilizado desde cualquier lugar, en cualquier momento y a través de cualquier dispositivo que soporte elementos multimedia.

En este Software se crearon las clasificaciones que fueron necesarias para cubrir las necesidades de los estudiantes, las cuales fueron determinadas por un conjunto de encuestas de requerimientos para identificar las opciones de contenidos que mejor aplicaba a sus necesidades de Información.

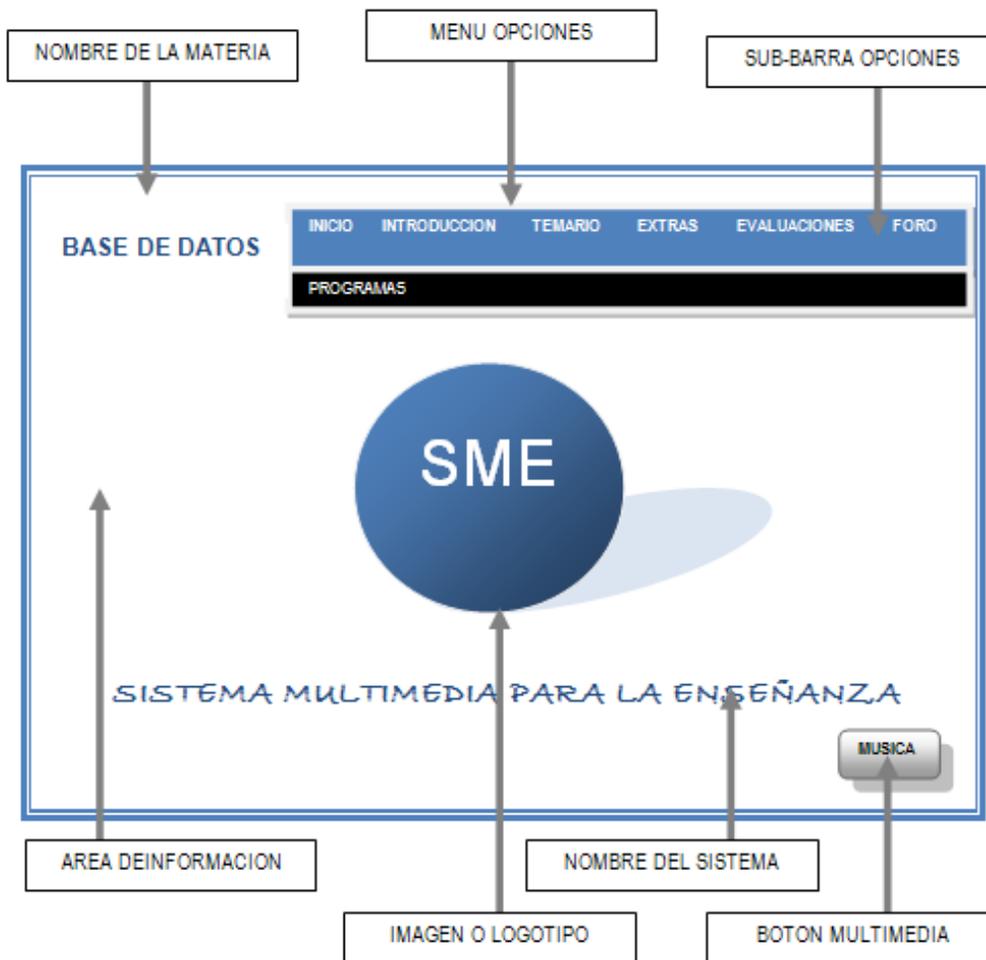


Figura 1. Elementos que integran el Software de Aplicación SME

- INICIO Muestra imágenes de los Programas a utilizar en el curso de acuerdo a objetivos y elementos de la Materia.
- INTRODUCCION Se presenta la Información de la clase o Materia, de acuerdo al programa del Profesor, Temas y Subtemas, Actividades de aprendizaje, criterios y procedimientos de Evaluación así como la Bibliografía y Material de Apoyo.
- TEMARIO Contiene las unidades y practicas que se verán durante en el curso.
- MULTIGALERIA Video e Imágenes relevantes con los temas de la materia ampliando el panorama y los recursos visuales al usuario como apoyo en el aprendizaje.
- EXTRAS Sirve como elemento para motivar y estimular al usuario para resolver juegos multimedia con imágenes relacionados con la Materia.
- EVALUACIONES En esta opción el usuario podrá Autoevaluarse y se dará una idea del nivel de conocimientos adquiridos.
- FORO Los usuarios podrán interactuar con otros participantes creando Temas y haciendo comentarios que enriquecerán sus conocimientos y resolverán dudas entre muchos otros beneficios.

El Software SME fue desarrollado por medio de la herramienta Macromedia Flash en la que se busco aprovechar las ventajas de la misma ya que puede visualizarse desde cualquier Sistema Operativo así como en diferentes Navegadores, pudiendo acceder a el desde cualquier equipo que soporte elementos Multimedia, ingresando la ubicación URL en el navegador que se prefiera. Todo esto en las mismas condiciones como fue creada además de que los usuarios pueden acceder a él desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Perfil de Usuario:

- Grupo de Usuarios Alumnos de la carrera de Licenciatura en Informática Administrativa. De la Materia de Base de Datos II
- Edad Sin límite
- Sexo Sin distinción, lo pueden utilizar tanto hombres como mujeres.
- Lenguaje Español aunque se puede encontrar algunos terminologías en ingles.
- Nivel de estudios Nivel Licenciatura en adelante.
- Limitaciones Físicas En principio ninguna, asegurar que las condiciones de luz y sonido sean las adecuadas.
- Habilidades específicas Ninguna
- Experiencia con Software ó similares Ninguna
- Conocimiento de las Tareas a realizar Ninguna
- Entrenamiento previo Ninguno
- Frecuencia de utilización Sin límite
- Motivación Interés personal en el aprendizaje autodidacta.

Las Características de usuario del Software “SME” se centraron en alumnos de la carrera de Licenciatura en Informática Administrativa de la FCCA para poder trabajar con un grupo específico de alumnos en la prueba piloto, sin embargo estos criterios variarán ya que se podrá aplicar a otras Licenciaturas o materias adecuándose a las necesidades que así lo requiera.

En este diagrama se aprecian los iconos que representaran de manera visual la estructura que tiene el Software Multimedia con el propósito de representar el funcionamiento interactivo se busca representar la estructura de navegación y los flujos de Software. En este diagrama se muestran los niveles y tipos de navegación del Software.

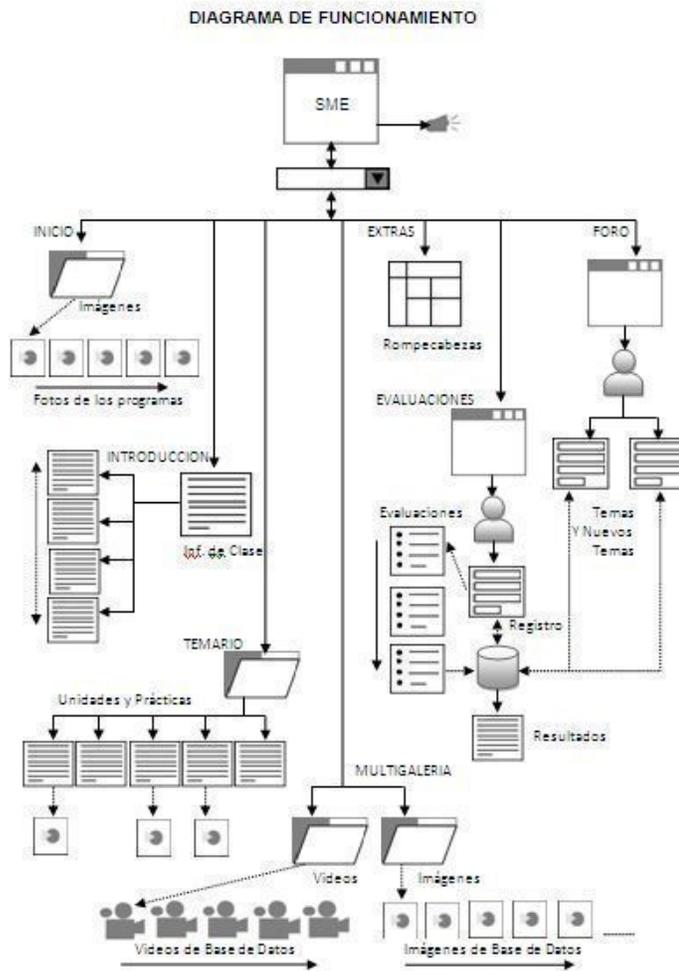


Figura 2. Diagrama de Funcionamiento

Características del Software:

- El usuario ingresará la ubicación URL en el navegador que prefiera para acceder al Software “SME”, donde visualizara la interfaz y podrá navegar en él.
- Es un Software de Aplicación Multimedia que ayudará en el proceso de Enseñanza-Aprendizaje logrando así el reforzamiento de conocimientos en los Alumnos.
- Mostrará información de los temas y contenidos de la materia a la que este enfocado
- Sirve como herramienta de apoyo a los estudiantes, permitiéndoles navegar en los contenidos de los cursos a través de Multimedia Interactiva para que pueda ser utilizado desde cualquier lugar, en cualquier momento y a través de cualquier dispositivo que soporte elementos multimedia.

- Permite completar las bases de del aprendizaje para poder lograr una mejor obtención de conocimientos, aprovechando las ventajas de contar con un Software Multimedia para la Enseñanza-Aprendizaje.
- El usuario puede acesar al software desde cualquier equipo de cómputo o dispositivo que cuente con acceso a internet.
- El software cuenta con una barra de Menú en la cual seleccionará las opciones en las que se quiera navegar, cualquier usuario puede acceder a él, solo para algunas opciones será necesario previo registro.
- El Software es muy intuitivo no requiere entrenamiento previo.
- Se harán versiones mejoradas del Software de Aplicación Multimedia dependiendo de las necesidades de la materia.

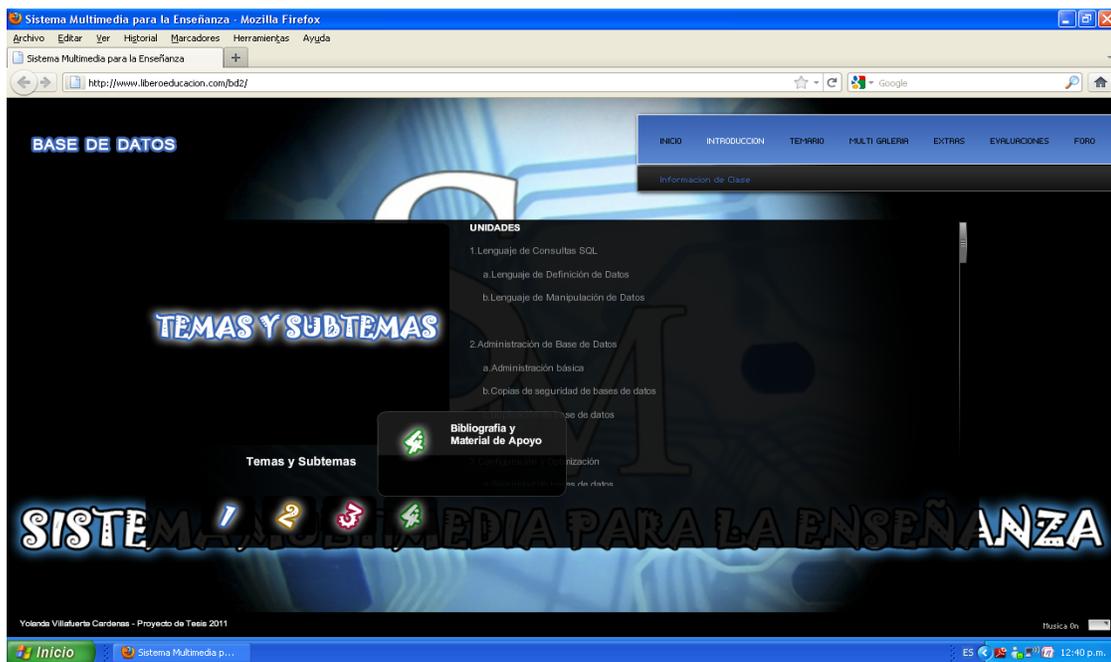


Figura 3. Interfaz de la Herramienta SME.

Resultados:

La herramienta se probó con una muestra de 22 alumnos de la materia de Base de Datos II de la Licenciatura de Informática Administrativa. Se realizó una encuesta donde la mayor parte de las preguntas trataron de conocer de forma cualitativa la usabilidad de la herramienta. Tres de las preguntas utilizaron la escala de Likert en donde tienen posibilidades de respuesta de 1 para Totalmente Desacuerdo a 5 Totalmente de Acuerdo, tratando de reflejar de una forma cuantitativa los beneficios de la herramienta. Los resultados obtenidos muestran una tendencia favorable a la utilización de la herramienta SME como se ve en la Tabla 1. La media del total de los alumnos encuestados dijo estar de Acuerdo en los beneficios de la herramienta tanto en la usabilidad, funcionalidad y en el acceso, la desviación estándar muestra una varianza similar en los resultados esto permite continuar el proceso de la prueba piloto de SME ya que es interesante notar la afinidad de los estudiantes con la herramienta.

Muestra de Encuesta con escala Likert (1- Totalmente Desacuerdo, 2-En Desacuerdo, 3-Neutral, 4 - De Acuerdo, 5 - Totalmente de Acuerdo)	n	Promedio	Desviación Estándar
1. ¿Cómo fue la experiencia de usar el Software Multimedia “SME”?	22	4.27272727	0.5504819
2. ¿Te parece que este software “SME” cuenta con las funciones necesarias para asimilar su uso y aprendizaje?	22	3.86363636	0.5602257
3. ¿Crees que este Software “SME” al acceder en línea facilitó tu comprensión acerca de los Temas vistos en Clase?	22	4.68181818	0.5679004

Tabla 1. Resultado de 3 preguntas de encuesta con escala de Likert.

Es necesario enfatizar que con la herramienta SME no se pretende eliminar los procesos de enseñanza tradicionales, sino tan solo especializar sus funciones y proporcionar a los alumnos una herramienta que permita completar las bases de del aprendizaje para poder lograr una mejor obtención de conocimientos, aprovechando las ventajas de contar con un Software Multimedia para el aprendizaje de los estudiantes.

Como parte del análisis en resultados de las respuestas abiertas de los alumnos de la herramienta se detectaron las siguientes tendencias:

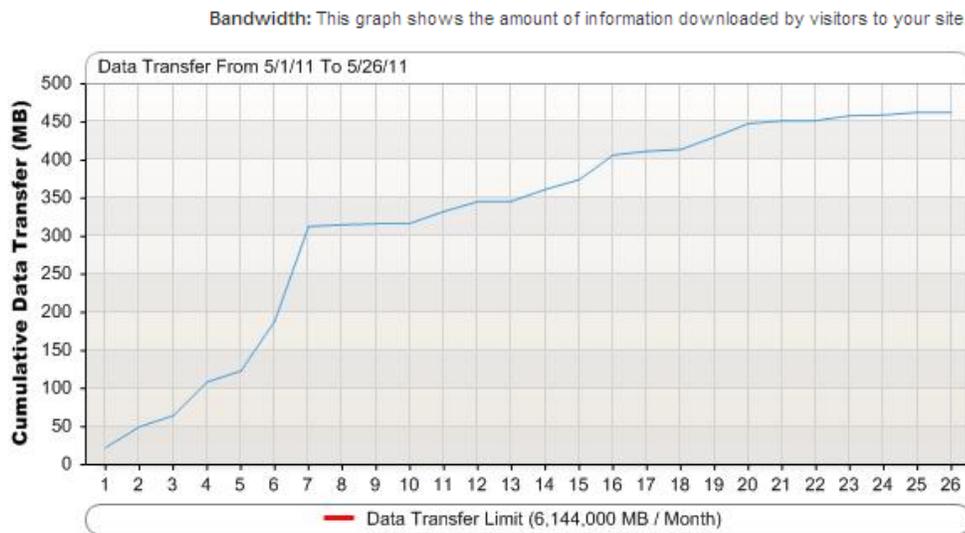
1. Consideran que es importante contar con una herramienta como apoyo en su desempeño académico pues les permite interactuar con los demás participantes en cualquier momento.
2. Consideran que un ambiente amigable les permite acceder a los contenidos de la materia de una forma más sencilla.
3. Les permite comparar sus puntos de vista con el de otros participantes.
4. Se pueden aclarar dudas en el momento en el que surgen.
5. En las evaluaciones se puede obtener una retroalimentación de forma inmediata.
6. El contar con medios alternativos como lo es la animación, el audio y los juegos facilita el entendimiento de los temas.

En la siguiente Gráfica se muestra el número de veces que el Software SME fue visitado en el periodo comprendido del 1 de mayo al 30 de mayo del 2011 notando el punto mas alto de visitas el día 19 y 20 de ese mes.



Gráfica 1. Número de visitas del SME

En esta gráfica se muestra la cantidad de ancho de banda de la información descargada por los visitantes del software. Se puede notar el importante incremento en consumo de ancho de banda una vez que se les comunico la disponibilidad de la herramienta.



Gráfica 2. Descarga de Información SME

Conclusiones:

En este trabajo se mostró el diseño e implementación de la herramienta SME. Se muestran los beneficios que la herramienta proporciona como un elemento auxiliar para la enseñanza tradicional. De los resultados obtenidos de la percepción de los alumnos con respecto a los beneficios de la herramienta, podemos concluir que representan beneficios considerables el contar con una herramienta multimedia que sirva como apoyo a los alumnos en su aprendizaje. Al diseñar el software multimedia por medio de la metodología Centrada en el Usuario se logró desarrollar una herramienta que contribuye al mejoramiento de la enseñanza- aprendizaje y el estudiante es la parte fundamental de este proceso.

Los trabajos futuros están relacionados con la integración de nuevas funcionalidades a la herramienta, así como su puesta en marcha en otros cursos académicos.

Bibliografía

- Alfonso Gutiérrez Martín , Educación multimedia y nuevas tecnologías, Ediciones de la Torre,1999, <http://en.scientificcommons.org>
- Antonio Moreno Muñoz (2006), Diseño Ergonómico de Aplicaciones Hipermedia, editorial Paidós PC.
- Arnau Gifreu, "El documental multimedia interactivo como discurso de la no ficción interactiva. Por una propuesta de definición y categorización del nuevo género emergente" Agosto 2011, <http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-9/documental-multimedia.html>
- Jean- Pierre Carrier (2001), Multimedia Aplicada, Segunda edición 2001, editorial Mc Graw Hill.
- Jean- Pierre Carrier (2002), Escuela y Multimedia, Primera edición 2002, editorial Siglo Veintiuno.
- José Gustavo Cárdenas Rivera (2006). *El software educativo a través del sistema Multimedia*, [en línea], <http://bibliotecadigital.conevyt.org.mx/colecciones/documentos/somece/17.pdf> . Instituto Pedagógico de Estudios de Posgrado, Celaya, Guanajuato Mayo.
- N. López (2004), Multimedia Aplicada, Tercera edición 2004, CCPM Centro de Computación Profesional de México, editorial Mc Graw Hill.
- VERMIC (2011), *Catalogo de productos Vermic*, [en línea], <http://www.vermic.com.mx> . Vermic, S.A. de C.V.
- Víctor E. Hernández B. (2007), "Un modelo de evaluación de software educativo para la enseñanza de la Matemática", [en línea], <http://www.utn.edu.ar/aprobedutec07/docs/58.pdf>.
- Wilson, Stephen (1994) "The aesthetics and practice of designing interactive computer events", Multimedia'94, ACM, Nueva York.
- Xavier Berenguer Escribir programas interactivos, Multimedia, Agosto 2011, <http://www.upf.edu/pdi/dcom/xavierberenguer/textos/interactivos/index.html>

OPINIÓN ACERCA DE LA PERTINENCIA SOCIAL DEL PROGRAMA ACADÉMICO DE LA LICENCIATURA EN INFORMÁTICA ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO

Dra. Ma. Hilda Rodales Trujillo . hildaumich@gmail.com *Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo*
M.A. Gerardo. Manuel Castañeda López . gerardocasta@yahoo.com.mx
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen.

La pertinencia social de los programas de formación alude a la capacidad de la Universidad para responder a las necesidades y exigencias de la sociedad. El liderazgo de un programa de perfil administrativo y tecnológico estará dado por utilizar el conocimiento científico básico para crear y mejorar las prácticas de un profesional en la administración de centros de información y cumplir con la misión social y humanista del sistema educativo. En el presente trabajo se identifican las variables que influyen en la pertinencia de los programas educativos, con la finalidad de diagnosticar la pertinencia del contenido de su programa para poder planificar los programas, así como la medición de su impacto en el mercado laboral. La elaboración del instrumento para evaluar la percepción de los implicados en el programa académico de la Licenciatura en Informática Administrativa de la Facultad de Contaduría y Ciencias administrativas de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, para cumplir con el desafío de formar recursos humanos para la administración de centro informáticos que cuenten con los conocimientos y habilidades adecuados.

Palabras clave.

Pertinencia social, Programas académicos, Instrumento de evaluación.

Abstract

The social relevance of the training programmes referred to the capacity of the University to respond to the needs and demands of society. The leadership of a programme of administrative and technological profile will be given for using the basic scientific knowledge to create and improve the practices of a professional in the management of information centres and comply with the social mission and humanist of the educational system. This paper identifies the variables that influence the relevance of educational programmes, in order to diagnose the relevance of the content of its programme in order to plan the programmes, as well as the measurement of its impact on the labour market. The elaboration of the instrument to evaluate the perception of those involved in the academic program of Bachelor's Degree in Administrative Computer Science of the Faculty of Accounting and Administrative Sciences of the Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo to meet the challenge of training human resources for the administration of central computer with appropriate knowledge and skills.

Key words

Social relevance, academic programs, Instrument of evaluation.

Introducción.

La oferta educativa en las Instituciones de Educación Superior (IES), está definida por su pertinencia social, en este sentido se define la pertinencia de acuerdo a la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, como: “grado de correspondencia que debe existir entre las

necesidades sociales e individuales que se pretende satisfacer con la educación superior y lo que realmente se llega a alcanzar, otros aspectos como la socialización, legitimación, de formación cultural, de extensión y servicios.” (ANUIES , 2000).

La educación superior se relaciona con las necesidades del mercado laboral y la incorporación de sus egresados al aparato productivo. (Martuscelli & Martinez, 2002), generándose desajustes inevitables entre formación y empleo.

Para hacer coincidente la información entre los diferentes países, de acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos el concepto de educación terciaria, tiene valor en la secuencia lógica de la educación primaria y secundaria, refiriéndose a la siguiente fase o etapa, para evitar que esté separada, como un campo exclusivo de las instituciones de educación superior y centros de investigación; en este sentido, terciario se convierte en una relación más integral cambiando el término de un sentido exclusivo a uno más libre e inclusivo. (OCDE, 1998).

Por lo tanto, las IES en México, ofrecen diferentes áreas de formación profesional, que se agrupan de la siguiente manera: Ciencias sociales y administrativas; Ingeniería y tecnología; Ciencias de la salud; Educación y humanidades; Ciencias agropecuarias y Ciencias naturales y exactas.

La información estadística correspondiente a el ciclo escolar 2007 – 2008, la matrícula en licenciatura universitaria y tecnológica en la modalidad escolarizada (ANUIES, 2009), se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 6. Matricula total por áreas de estudio a nivel nacional.

MATRICULA TOTAL POR AREAS DE ESTUDIO CICLO 2007 - 2008		
	Nacional	
	ABS	%
Ciencias sociales y administrativas	1,038,854	46.54%
Ciencias de la salud	213,646	9.57%
Ingenieria y tecnologia	745,377	33.39%
Educacion y humanidades	137,671	6.17%
Ciencias agropecuarias	51,941	2.33%
Ciencias naturales y exactas	44,700	2.00%
	2,232,189	100.00%
Fuente: Elaboración propia con datos del Formato 911.9A. Ciclo escolar 2007-2008.		
La información corresponde exclusivamente a la modalidad escolarizada y a la Licenciatura Universitaria y Tecnológica.		

Se observa que las preferencias de la matrícula son en primer lugar en el área de las Ciencias sociales y administrativas, en segundo lugar al área de Ingeniería y tecnología.

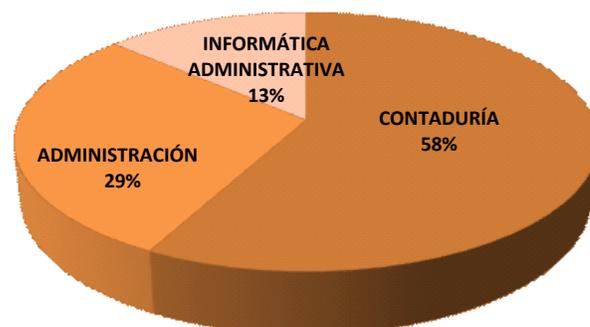
A nivel estatal se cuenta con la siguiente información:

Tabla 7. Matricula total por áreas de estudio en Michoacán.

MATRICULA TOTAL POR AREAS DE ESTUDIO CICLO 2007 - 2008		
	Michoacán	
	ABS	%
Ciencias sociales y administrativas	27,924	40.96%
Ciencias de la salud	12,490	18.32%
Ingeniería y tecnología	18,519	27.16%
Educación y humanidades	5,160	7.57%
Ciencias agropecuarias	2,510	3.68%
Ciencias naturales y exactas	1,578	2.31%
	68,181	100.00%
Fuente: Elaboración propia con datos del Formato 911.9A. Ciclo escolar 2007-2008.		
La información corresponde exclusivamente a la modalidad escolarizada y a la Licenciatura Universitaria y Tecnológica.		

Se establece con lo anterior que dentro de las preferencias en el estado, el área de ciencias sociales y administrativas es la más elegida, coincidiendo con las preferencias a nivel nacional. La Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo en el informe de actividades (Figuroa, 2007) establece que el total de la matrícula a nivel licenciatura es por un total de 37,353 alumnos por el periodo 2007 – 2008, que representa el 54.79% de la oferta educativa en el Estado de Michoacán en este nivel de estudios; en lo correspondiente a las Ciencias Económico Administrativas identificada como DES9, se identifican 5,972 integrantes de la población estudiantil en esta área, que es el 21.39% de la oferta total, el resto corresponde a otras IES que ofrecen licenciaturas similares.

La composición de la matrícula en la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, (FCCA , 2009), que para fines de acreditación contabiliza 5,161 alumnos inscritos por el ciclo 2008 – 2009 que representaría el 84.46% de total de matrícula del área, lo cual nos indica que el resto corresponde a la Facultad de Economía. En la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas la composición de la población estudiantil se muestra en la siguiente gráfica:



FUENTE: Facultad de Contaduría y Ciencias Admvas.

Figura 1 Población estudiantil de la FCCA de la UMSNH

En este sentido, la licenciatura en Informática Administrativa en un proceso de búsqueda de parámetros que le permitan identificar cuáles son los contenidos del Plan de Estudio de la licenciatura (Coordinación de la LIA FCCA UMSNH, 2010), y que actualmente los define de la siguiente forma:

Tabla 8. Plan de Estudios para la Licenciatura en Informática Administrativa

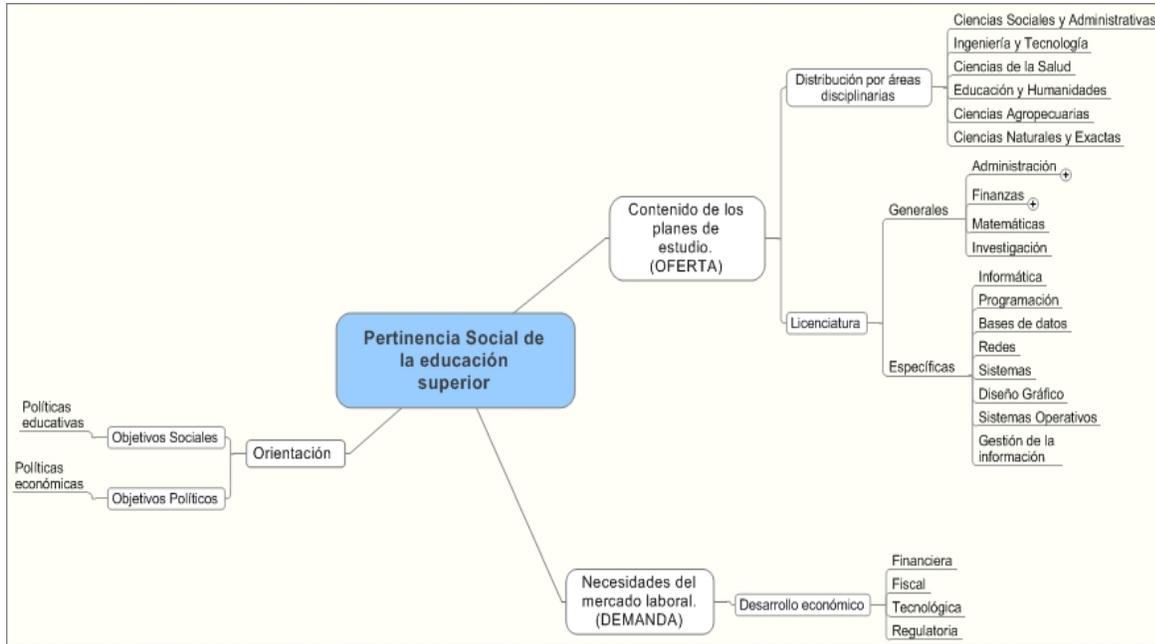
Plan de Estudios para Licenciado en Informática Administrativa			
Semestre	Materia	Semestre	Materia
1	ADMINISTRACION	6	ANALISIS Y DISEÑO DE SIST DE INF
	CONTABILIDAD I		DISEÑO GRAFICO II
	INFORMATICA I		ESTRUCTURA DE DATOS
	LABORATORIO DE CONTABILIDAD I		FINANZAS I
	MATEMATICAS BASICAS		PROGRAMACION II
	NOCIONES DE DERECHO		REDES DE COMPUTO
2	ADMINISTRACION II	7	ADMINISTRACION DE UNIDADES DE INF
	CONTABILIDAD II		ANALISIS Y DISEÑO DE SIST DE INF II
	DERECHO CONSTITUCIONAL Y ADMINISTRATIVO		BASE DE DATOS I
	INFORMATICA II		CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD
	LABORATORIO DE CONTABILIDAD II		FINANZAS II
	MATEMATICAS FINANCIERAS		MERCADOTECNIA
3	ADMINISTRACION III	8	ADMINISTRACION DE CENTROS DE COMPUTO
	CONTABILIDAD III		ADMINISTRACION FINANCIERA
	DERECHO MERCANTIL		BASE DE DATOS II
	ESTADISTICA I		INGENIERIA DE PROYECTOS
	INFORMATICA III		INGLES I
	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION		INTELIGENCIA ARTIFICIAL
4	ADMINISTRACION IV	9	INGLES
	COSTOS		SEMINARIO DE INVESTIGACION APLICADA
	ESTADISTICA II		3 MATERIAS OPTATIVAS
	METODOLOGIA DE LA PROGRAMACION	Optativas	ADMINISTRACION DEL PERSONAL INFORMATICO
	SISTEMAS OPERATIVOS		ADMINISTRACION PARA LA CALIDAD TOTAL
TELEPROCESOS		ADMINISTRACION PUBLICA	
5	DISEÑO GRAFICO		DESARROLLO EMPRESARIAL
	ECONOMIA		DESARROLLO ORGANIZACIONAL
	INTRODUCCION A REDES		EMPRESAS Y PROYECTOS DE INFORMACION
	INVESTIGACION DE OPERACIONES		IMPACTO DE LA TECNOLOGIA
	PRESUPUESTOS		UNIDADES DE INF EN LAS ORGANIZACIONES
	PROGRAMACION I		

En donde se establece que la duración de carrera es de nueve semestres, siendo los tres primeros de tronco común, esto es, iguales para las tres licenciaturas que se ofrecen en la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas dependiente de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, que son las de Contaduría, Administración e Informática Administrativa.

En este sentido, la definición de la pertinencia social de la educación superior, depende de dos variables fundamentales: La oferta, identificada por el contenido de los planes de estudio y La demanda, definida por las necesidades del mercado laboral.

Esta relación estará matizada por la orientación social, la cual establecerá la orientación de las políticas económicas, educativas que son dictadas por los diferentes gobiernos del nivel federal y estatal como se presenta en el siguiente diagrama:

Figura 2. Determinación de las variables



Fuente: Elaboración propia

En materia de la demanda, con las cifras obtenidas por la Encuesta Nacional de Ocupación y el Empleo 2009, nos dicen que la Población Económicamente Activa (PEA) representa a nivel nacional el 58.07% de la población total, en el estado de Michoacán es del 56.73%, por debajo de las tasas promedio. La aportación de la PEA ocupada por sector establece que en el primario es del 13%; en el secundario del 24% y el terciario se integra por un 62%. La desocupación de la PEA se encuentra integrada por un 27% por los egresados de educación terciaria con lo que se puede establecer que casi una tercera parte de los desocupados cuentan con estudios de educación superior o equivalente. (INEGI, 2009)

Desarrollo.

Se hace fundamental el contar con un instrumento que permita diagnosticar correctamente la pertinencia del programa de estudio de la oferta educativa de la Licenciatura en Informática Administrativa. Por tal motivo, se procedió a identificar a aquellos individuos a los que se les aplicaría el instrumento elegido para evaluar la pertinencia, en este caso por medio de un cuestionario, (Hernandez Sampieri, Fernández - Collado, et al 2007), concluyéndose que serían:

- A. Empresarios.
- B. Docentes.
- C. Ex alumnos.

Ya que estos, se encuentran directamente involucrados en el proceso de pertinencia del programa educativo que nos ocupa. Los empresarios, como representantes del sector productivo que absorberá a los egresados de ésta licenciatura; los docentes, que formarán al recurso humano y con sus conocimientos, habilidades y experiencia, siguiendo en el plan de estudios correspondiente en el cuál se resolverán las necesidades de este sector y finalmente los ex alumnos que opinarán acerca de la aplicación de los conocimientos adquiridos en las aulas y su utilidad en la solución de las problemáticas por las que se solicitan sus servicios.

A continuación nos dimos a la tarea de agrupar los contenidos del plan de estudios identificando las dimensiones de cada variable quedando como sigue:

En la variable CONTENIDO DE LOS PLANES DE ESTUDIO, se identifican dos dimensiones:

1. Generales. Que corresponden a los conocimientos de tronco común, con indicadores: Administración; Finanzas; Matemáticas; Investigación; Ética y sustentabilidad.
2. Específicas. Conocimientos teóricos y prácticos en áreas específicas de la Licenciatura en Informática Administrativa, con los indicadores de Informática; Programación; Base de datos; Redes; Sistemas de Información; Diseño gráfico; Sistemas operativos; Gestión de la información.

En lo correspondiente a la variable, NECESIDADES DEL MERCADO LABORAL, las dimensiones son:

1. Importancia de Información. Para conocer el grado de conciencia que tiene el empresario del uso de la información en la toma de decisiones, los indicadores son: Generación y Utilización.
2. Conocimientos y habilidades. Establecer el tipo de conocimientos necesarios para resolver la problemática que se pretende solucionar, con indicadores de: Software; Hardware y Humanware.
3. Procedencia. El identificar cuál es el nivel de estudios que deba tener el responsable del manejo de la información y sus indicadores: Universitarios; Técnicos y Desarrollo interno.

Los indicadores que nos permitirán diseñar los reactivos que integrarán el cuestionario aplicable a cada uno de los personajes quedan como sigue: Lo mencionado anteriormente se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 9. Integración de indicadores para el diseño del instrumento de evaluación

Indicador	Pregunta (S)			Total de preguntas	CVE INDICADOR
	Empresas (A)	Académicos (B)	Exalumnos (C)		
Administración	A6	B10	C23	11	1.1.1
Finanzas		B11	C24		1.1.2
Matemáticas		B12	C25		1.1.3
Investigación		B13	C26		1.1.4
Ética y Sustentabilidad		B14	C27		1.1.5
Informática		B15		8	1.2.1
Programación		B16			1.2.2
Bases de datos		B17			1.2.3
Redes		B18			1.2.4
Sistemas de información		B19			1.2.5
Diseño Gráfico		B20			1.2.6
Sistemas operativos		B21			1.2.7
Gestión de la información		B22			1.2.8
Generación	A1			2	2.1.1
Utilización	A2				2.1.2
Software	A3		C28	5	2.2.1
Hardware	A4		C29		2.2.2
Humanware	A5				2.2.3
Universitarios	A7			3	2.3.1
Técnicos	A8				2.3.2
Desarrollo interno	A9				2.3.3
	9	13	7	29	

Queda entonces definir cuál es la estructura que tendrá el cuestionario para medir la actitud del entrevistado, tipo Likert (Kerlinger & Lee, 2008) quedará estandarizada para los tres instrumentos de evaluación de la siguiente forma:

1. No importa
2. Complementario
3. Necesario
4. Importante
5. Muy importante

Las preguntas obligatorias proporcionan información del individuo al que se le administra el cuestionario, además de las preguntas y opciones de respuesta un cuestionario debe estar formado de: portada, introducción, instrucciones y agradecimiento al final. (Hernandez Sampieri, Fernández - Collado, et al, 2007)

Población y determinación de la muestra.

Se construye una distribución muestral de medias de la muestra, para comprender la forma en que ésta tiende a seguir una distribución normal. Se construirán intervalos de confianza, que definen un rango de valores dentro del que es posible que ocurra el valor de la población. Por último se definirán formulas que determinan el número de observaciones que se requieren en las diversas situaciones de muestreo.

La población de empresarios no se conoce, Sin embargo se considero la relación de empresas que cuentan con ex alumnos y alumnos de servicio social y prácticas profesionales enviada por la Coordinación de Servicio Social y Prácticas Profesionales según la información proporcionada por la Coordinación de seguimiento a egresados es de 107 alumnos egresados de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la Licenciatura en Informática

Administrativa. Por lo que respecta a la población de Docentes se cuenta con un total de 30 docentes de la Licenciatura en Informática Administrativa.

Criterios de Selección de Muestra.

Empresarios:

- Que tenga contacto con la institución a través de la coordinación de servicio social y prácticas profesionales.
- Prioridad a las empresas que cuenten con alumnos de la Licenciatura De Informática Administrativa en servicio social y prácticas profesionales.
- Se tomo en cuenta el giro empresarial.

Profesores:

- Que impartan en el programa académico de la Licenciatura En Informática Administrativa.
- Que sean profesores de base.
- Se consideraron profesores con formación en informática, contabilidad y administración.

Ex – alumnos:

- Prioridad a las primeras generaciones de egresados de la Licenciatura En Informática Administrativa.
- Ex - alumnos que destacaron durante su formación académica.

Resultados.

A) Empresarios.

- Se encuestaron a un total de 30 empresarios de los cuales 74% corresponde al sector privado y el 26% al sector público.
- El giro del las empresas corresponde el 61% es de servicios, el 36% comercial, y el 3% industrial.
- Por lo que respecta a la formación académica del Empresario entrevistado se detecta que: el 39% cuenta con perfil del área Económico Administrativa; el 37% del área informática y el 24% de otras áreas profesionales.
- Respecto de las 4 variables tenemos que:
 1. En la variable “importancia de la información”, se refleja que los empresarios consideran en un 73% muy importante la información para la toma de decisiones. Aunque el 2% opina que no le importa.
 2. En la variable: “Conocimientos y Habilidades” el 69% los empresarios opinan que es muy importante que el recurso humano de sus empresas cuente con los Conocimientos y Habilidades en programas y equipos de computo para manejar su información; el 27% lo considera importante el 3% Necesario y solo el 1% considera que es complementario.

3. En la variable de “Conocimientos Generales”, el 68% de los empresarios opinan que es muy importante que los profesionistas de la información tengan conocimientos en áreas de la Administración, Finanzas, Matemáticas, Investigación y Ética y sustentabilidad., el 29% considera que es importante y solo el 3% lo considera complementario.
4. En la variable “Importancia sobre la formación del Recurso Humano”, el 57% de los empresarios opinan que es muy importante que el personal de la empresa se capacite conseguido terminar una carrera y obtener un título profesional en áreas del manejo de la información. El 26% considera que es importante, el 16% lo considera necesario y el 1% complementario.

B) Docentes.

- Se encuestaron a un total de 30 docentes de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas, todos ellos profesores de base.
- En relación con su perfil profesional el 67% corresponden a áreas contables y administrativas, el 20% en áreas de la informática, y el 13% a otras áreas.
- Del total de docentes encuestados el 10% cuenta con grado de doctor, el 67% con grado de maestría y el 23% solo cuentan con título profesional de licenciatura.
- Con respecto a la antigüedad como docente, el 56% tiene hasta 10 años de antigüedad, el 27% de 11 a 20 y el 17% tiene más de 20 años de trayectoria docente.
- Por cada variable se detectó lo siguiente:
 1. En la variable “áreas Generales”, se observa que el 57% de los docentes opinan que es muy importante la inclusión de materias en áreas de administración, contaduría, matemáticas, investigación y ética y sustentabilidad, el 27% lo considera importante, y el 15% opina que es necesario, y únicamente el 2% lo considera complementario; cabe señalar que los conocimientos en administración son los de mayor importancia, seguidos por los conocimientos en ética y sustentabilidad.
 2. En la Variable “áreas específicas”, el 74% de los docentes consideran muy importantes los conocimientos en áreas específicas de la informática, el 17% considera que es importante y el 8% lo considera necesario, únicamente el 1% considera que son complementarios. Cabe señalar que las materias con mayor relevancia son Informática, Base de Datos, Sistemas de Información y Redes; consideran que la materia de Diseño Gráfico es la de menor relevancia.

C) Ex Alumnos.

- Se entrevistaron a 30 ex alumnos correspondientes a tres generaciones el 50% terminó en el año 2010, el 18% en el 2008 y el 32%, en el 2007.
- El 53% aún no se titula, y el 47% si esta titulado.
- El 83% de los entrevistados trabaja actualmente y el 17% está desempleado.
- Por lo respecta a las variables identificadas se tiene que:

1. La variable “Áreas Generales” el 53% de los Ex alumnos opinan que están totalmente de acuerdo con los conocimientos adquiridos en áreas de administración, Finanzas, Matemáticas, investigación y ética; el 27% está de acuerdo en lo general, para el 10% le es indiferente y para el 10% está en desacuerdo en lo general; cabe señalar que para los ex alumnos el area en la que se siente mejor preparado es Administración y Matemáticas seguida de Finanzas e investigación; sin embargo no consideran haber obtenido los conocimientos necesarios en ética y sustentabilidad.
2. En la variable “Conocimientos y habilidades” según los ex alumnos el 50% está totalmente de acuerdo con los conocimientos adquiridos en hardware y software, el 44% está de acuerdo en lo general y solo al 3% le parece indiferente, y el otro 3% está en desacuerdo en lo general; cabe señalar que los conocimientos en software fueron los más adecuados en relación con los conocimientos en hardware.

Conclusiones.

A) Empresarios.

- En lo general se puede ver que el empresario considera muy importante que su personal cuente con un perfil profesional en el área de administración informática a fin de generar información oportuna y lograr así la toma de decisiones.
- Los empresarios consideran muy importante contar con equipos de computo, así como un programa que sea el adecuado para manejar su información.
- Se considera importante desde la perspectiva de los empresarios que los profesionistas de la información deben tener conocimientos en áreas administrativas, contables y de ética y sustentabilidad.
- Los empresarios reconocen que actualmente el personal con el que cuentan no se le ha dado toda la importancia en las habilidades y conocimientos en el manejo de la información, pocos cuentan con un título profesional en el área.
- Los empresarios opinan que actualmente la información que poseen en ocasiones no es oportuna y completa.

B) Docentes.

- Los conocimientos en administración e informática, son los más importantes, seguidos de bases de datos y sistemas de información y redes; se observa que para los docentes tiene mayor peso las áreas específicas que las áreas generales.
- Cabe señalar que el 3% de los profesores piensan que los conocimientos en programación, finanzas e Investigación no importan o son complementarios, por lo que respecta a los conocimientos en gestión de la información el 67% opina que son muy importante.

C) Ex alumnos.

- Para los ex alumnos los conocimientos adquiridos en áreas específicas de software y hardware han sido los más adecuados que los conocimientos adquiridos en áreas generales; sin embargo cabe destacar que en hardware el 7% está totalmente en desacuerdo con los conocimientos adquiridos.
- Del total de los conocimientos adquiridos los ex alumnos consideran que los de administración y los de software fueron los más adecuados para su desarrollo profesional, seguidos de finanzas, matemáticas e investigación, los conocimientos en ética y sustentabilidad les parecen indiferentes; es importante que los conocimientos en ética y sustentabilidad les han sido indiferentes e incluso el 7% opina que está en desacuerdo en lo general.

Referencias Bibliográficas:

- ANUIES . (2000). *La Educación Superior en el Siglo XXI. Líneas estratégicas de desarrollo. UNA PROPUESTA DE LA ANUIES*. México: Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior.
- ANUIES. (2009). *www.anui.es.mx*. Recuperado el 16 de Septiembre de 2010, de http://www.anui.es.mx/servicios/e_educacion/index2.php
- Coordinación de la LIA FCCA UMSNH. (2010). *Informática Administrativa*. Morelia, Michoacán, México: FCCA - UMSNH.
- FCCA . (2009). *ESTADISTICA DE ALUMNOS CICLO 2008 - 2009*. Morelia, Michoacán, México: FCCA.
- Figueroa Zamudio, S. (2007). *PRIMER INFORME DE ACTIVIDADES 2007*. Morelia Michoacán Mexico: UMSNH.
- Flores Crespo, P. (Diciembre de 2002). *www.observatorio.org*. Recuperado el 02 de Septiembre de 2010, de Debate: La pertinencia de la educación superior. Apuntes para una reflexión.
- Hernandez Sampieri, R., Fernández - Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2007). *Metodología de la Investigación*. México: Mc GRAW-HILL.
- INEGI. (2009). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2009*. México: INEGI.
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2008). *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en ciencias sociales*. México: Mc GRAW-HILL.
- Martuscelli, J., & Martínez Leyva, C. (2002). Problemas de la pertinencia de la educación superior en el mercado laboral. *EQUIDAD Y PERTINENCIA SOCIAL DE LA EDUCACION SUPERIOR*. México: CONGRESO: RETOS Y EXPECTATIVAS DE LA UNIVERSIDAD UAEM.
- OCDE. (2010). *EDUCACION HOY. La perspectiva de la OCDE*. INSTITUTO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN DE TECNOLOGÍA EDUCATIVA , S. C.
- OCDE. (1998). *Redefining Tertiary Education*. Paris: OCDE.
- Universidad Autónoma de Madrid. (s.f.). *www.uam.es*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2010, de http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Metodos/Materiales/: http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Metodos/Materiales/Apuntes%20Cuestionario.pdf

PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE UN ENTORNO DE E-LEARNING EN UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DE NIVEL MEDIO-SUPERIOR

Jesús García Rivera, chuygar_02m@yahoo.com.mx,
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Bruno Ramos Ortiz, bruno78_ramos@hotmail.com,
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen

En la actualidad los modelos y paradigmas educativos están siendo rebasados por el entorno social y tecnológico que los rodea. Por lo cual es indispensable poner en práctica nuevas tecnologías que ayuden a los paradigmas educativos a ser más eficientes. Proponer una herramienta que contribuya a mejorar la forma de enseñanza en una institución educativa de nivel medio-superior en concreto, un entorno de **e-learning**, es el objetivo de la investigación. Además de dar conocer una metodología adecuada y eficaz en la implementación de dicho entorno, a si mismo de llevar a cabo de forma eficiente el desarrollo de la metodología para la implementación propuesta.

Palabras clave:

E-learning, Plataforma de educación virtual, software libre, Dokeos, implementación.

Abstract:

At present educational models and paradigms are being overtaken by social and technological environment that surrounds them. Therefore it is essential to implement new technologies that help educational paradigms to be more efficient. Propose a tool to help improve the way of teaching in a high school on a specific e-learning environment is the focus of the investigation. To know one else to give appropriate and effective methodology to implement such an environment, itself carry out efficiently the development of methodology for the implementation proposal.

Key words

E-learning, E-learning platform, open source, Dokeos, implementation.

Introducción

Hoy en día en un mundo globalizado ser competitivo es fundamental para sobrevivir en el mismo, es indispensable tener una base solida de conocimientos para lograr ser más eficientes, en la actualidad los modelos y paradigmas educativos están siendo rebasados por el entorno social y tecnológico que los rodea. Por lo cual es indispensable poner en práctica nuevos paradigmas educativos, como lo es la educación virtual.

La educación virtual es un sistema y modalidad educativa que surge de la necesidad propia de la educación y tecnología educativa. Para responder a las preguntas que rodean a este tema, primero se desarrollará los fundamentos teóricos de la educación virtual, como base de partida en el ámbito del proceso enseñanza aprendizaje, luego la esencia de los mundos virtuales en la adquisición del conocimientos a través de ellos, hasta llegar a los entornos virtuales.

En la actualidad la educación media-superior de nuestro país está experimentando una cambio en el modelo educativo, existen deficiencias descritas por especialistas que no han permitido que los paradigmas educativos aplicados actualmente funcionen de forma correcta, existe diferentes razones y circunstancias que han provocado lo anterior. El modelo educativo virtual pretende mejorar ciertas deficiencias que poseen los paradigmas educativos actuales.

La implementación de un modelo educativo virtual es complicado, mas no imposible, en el desarrollo del presente se describirá de forma teórica y en sus primera s etapas la estructura para

lograr hacer una correcta implementación de un entorno de este tipo, en una institución educativa de nivel medio superior en específico.

Educación y virtualidad

La educación es un ente socializador que impulsa al conocimiento epistemológico a sumergirse, hasta llegar el proceso de dialecticidad. Sin embargo, como ya antecedimos, la virtualidad no tiene límites, ni reglas, es espontáneo y transformador que parte de la virtud humana.

Banet, cataloga lo "virtual" como ente homogenizador a través de la educación: "En las sociedades se constituyen la diferenciación de las clases. Las clases sociales tienden a estar concentradas regionalmente, la división entre los barrios de las ciudades son un ejemplo, también lo son las divisiones centro/periferia y norte/sur... El espacio social entonces, es un espacio cualificado, cuya constitución topológica se basa en la lógica de la exclusión.

Sin embargo, el "espacio virtual" o la vitalización, en cambio aparece como un espacio homogéneo, sin diferencias de clases, razas o sexos". Que integra a grandes masas sociales, sin que tenga estas limitaciones, a acceso a la educación.

¿Qué es la educación virtual?

Banet, Miguel (2001) se adelanta en su concepción y afirma: "la educación virtual es una combinación entre la tecnología de la realidad virtual, redes de comunicación y seres humanos. En los próximos, la educación virtual será de extender y tocar a alguien – o una población entera – de una manera que los humanos nunca experimentaron anteriormente".

Modelos de la educación virtual

Modelo asincrónico

Es el modelo en que no coincide en la dimensión tiempo el profesor y los estudiantes. La comunicación se establece a través del correo electrónico, listas, cursos en líneas, FAX, etc. Es un modelo más flexible pues no se necesita que los estudiantes tomen las clases a un mismo tiempo sino de acuerdo a un esquema diseñado que planifica cada una de las actividades a realizar. En este modelo las clases y materiales didácticos pueden estar en diferentes formatos, incluyendo formato Web (HTML, XML etc.) y pueden incluir vídeo y audio.

El medio central de este modelo puede ser el correo electrónico o las clases, recursos y otros materiales disponibles en redes locales o Internet. El correo electrónico como medio importante del modelo asincrónico. El uso del correo electrónico como entorno de aprendizaje, tuvo sus inicios en los años setenta.

Modelo sincrónico

Como comentábamos, se caracteriza por la comunicación que se establece, coexistencia en tiempo real, coinciden en el tiempo los profesores y los alumnos. Este modelo de comunicación utiliza como medio tecnológico para establecer esta comunicación.

La educación del nivel medio-superior

La problemática educativa en el nivel medio-superior

La Educación Media-Superior (EMS) se ubica en el nivel intermedio del sistema educativo nacional. Su primer antecedente formal lo constituye la Escuela Nacional Preparatoria creada en 1867, como un vínculo entre la educación básica y la superior. Con el paso del tiempo, este nivel dio origen a la educación secundaria de tres años y a la educación media superior. Posteriormente surgieron modalidades para facilitar la incorporación de sus egresados al mercado laboral, producto éstas del desarrollo económico del país y del propio sistema educativo.

Al inicio del ciclo escolar 2009–2010, el conjunto de las instituciones de educación media superior atendió a una matrícula de más de 4 millones de alumnos, de los cuales poco menos de 2.5 millones fueron de primer ingreso, y con una plantilla de 269,301 docentes. El 43.8% de la matrícula fue atendida por instituciones del gobierno federal, el 26% por las pertenecientes a gobiernos estatales, el 12.5%, por privadas y el 17.7% por autónomas, dependientes de las universidades.

El problema se origina en la deserción y reprobación que ocurre tanto en el nivel básico como en el medio-superior. En éste, en particular, la eficiencia terminal se estima en 61%, siendo más grave la situación en los programas de profesional técnico, en la que el indicador se ubica entre 40% y 45%. Ello tiene como consecuencia el bajo aprovechamiento de los recursos que son invertidos en los jóvenes que no concluyen sus estudios.

La educación media-superior y los entornos virtuales

Actualmente en el nivel medio-superior existe una muy escasa relación entre los modelos educativos y los entornos virtuales, esto debido a la rigidez de los mismos paradigmas educativos de este nivel, y que generan una gran problemática entre las instituciones educativas y el entorno que las rodea. En cifras actuales solo alrededor del 5% de las instituciones educativas de este nivel educativo tienen alguna implementación de entornos educativos de e-learning, y actualmente de estas instituciones han crecido de forma íntegra en su calidad educativa, todo esto como resultado de la utilización de estos entornos virtuales.

Los entornos virtuales de aprendizaje (e-learning)

Definición de e-learning

Rosenberg (2001) lo define como: "el uso de tecnologías Internet para la entrega de un amplio rango de soluciones que mejoran el conocimiento y el rendimiento. Está basado en tres criterios fundamentales: 1. El e-learning trabaja en red, lo que lo hace capaz de ser instantáneamente actualizado, almacenado, recuperado, distribuido y permite compartir instrucción o información. 2. Es entregado al usuario final a través del uso de ordenadores utilizando tecnología estándar de

Internet. 3. Se enfoca en la visión más amplia del aprendizaje que van más allá de los paradigmas tradicionales de capacitación"

Podemos llegar entonces a definir como e-learning como: Proceso de enseñanza que utiliza las plataformas tecnológicas y el internet como medio de comunicación entre los educandos y los profesores, a través del uso de herramientas que facilitan dicho proceso.

Tenemos que entender la diferencia entre el concepto de educación virtual y e-learning, educación virtual es un paradigma educativo que comprende la utilización de la tecnología de información y comunicación, y e-learning es parte del paradigma de educación virtual como estrategia de aprendizaje por medio de la utilización de una plataforma.

Sistema de E-learning

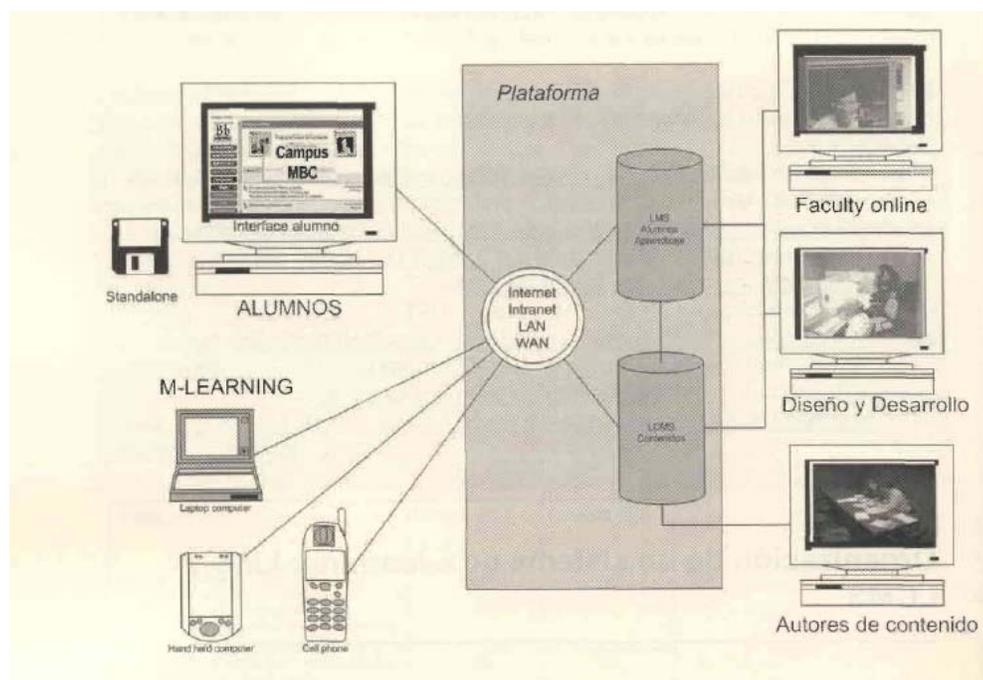


Figura 1.- Sistema de E-learning

Las plataformas de educación virtual

Concepto de plataforma de educación virtual

Plataforma virtual, es un conjunto de aplicaciones informáticas de tipo sincrónicas o asincrónicas, que facilitan la gestión, desarrollo y distribución de cursos a través de Internet. Sánchez, José (2009).

Composición y funciones de las plataformas virtuales

Una **plataforma educativa virtual**, es un entorno informático en el que nos encontramos con muchas herramientas agrupadas y optimizadas para fines docentes. Su función es permitir la creación y gestión de cursos completos para internet sin que sean necesarios conocimientos profundos de programación.

Para poder cumplir las funciones que se espera de ellas, las Plataformas deben poseer unas aplicaciones mínimas, que se pueden agrupar en:

- **Herramientas de gestión de contenidos.-** que permiten al profesor poner a disposición del alumno información en forma de archivos (que pueden tener distintos formatos: pdf, xls, doc, txt, html, etc) organizados a través de distintos directorios y carpetas.
- **Herramientas de comunicación y colaboración.-** como foros de debate e intercambio de información, salas de chat, mensajería interna del curso con posibilidad de enviar mensajes individuales y/o grupales.
- **Herramientas de seguimiento y evaluación.-** como cuestionarios editables por el profesor para evaluación del alumno y de autoevaluación para los mismos, tareas, informes de la actividad de cada alumno, planillas de calificación.
- **Herramientas de administración y asignación de permisos.-** Se hace generalmente mediante autenticación con nombre de usuario y contraseña para usuarios registrados.
- **Herramientas complementarias.-** como portafolio, bloc de notas, sistemas de búsquedas de contenidos del curso, foros.

Clases de plataformas educativas

En la actualidad existe un número bastante amplio de plataformas, y atendiendo al periodo de tiempo en que estas han cobrado importancia, cabe esperar que su proliferación y perfeccionamiento vayan creciendo a un ritmo considerable y en un corto plazo de tiempo. Esto es válido para las plataformas que han nacido por iniciativa de las diferentes administraciones educativas, como para aquellas que lo han hecho por iniciativa de empresas privadas.

Plataformas comerciales

Son aquellas que han evolucionado rápidamente en su complejidad ante el creciente mercado de actividades formativas a través de Internet. En general, todas han mejorado en operatividad y han generado sucesivas versiones que incorporan funciones y aplicaciones cada vez más versátiles, completas y complejas que permiten una mayor facilidad en el seguimiento de un curso virtual y en la consecución de los objetivos que pretende, tanto académicos como administrativos y de comunicación. Podemos citar como ejemplo de este tipo de plataformas a WebCT y a FirtsClass.

Plataformas de software libre

El **software libre** brinda libertad a los usuarios sobre su producto adquirido para ser usado, copiado, estudiado, modificado y redistribuido libremente. Por lo tanto, el termino libre, se refiere a cuatro libertades del usuario: la libertad de usar el programa, con cualquier propósito; de estudiar el funcionamiento del programa, y adaptarlo a las necesidades; de distribuir copias, con lo que puede ayudar a otros; de mejorar el programa y hacer públicas las mejoras, de modo que toda la comunidad se beneficie (para la segunda y última libertad mencionadas, el acceso al código fuente es un requisito previo). El software libre suele estar disponible gratuitamente, o al precio de coste de la distribución a través de otros medios; sin embargo no es obligatorio que sea así, por ende no hay que asociar software libre a “software gratuito” (freeware), ya que, conservando su carácter de libre, puede ser distribuido comercialmente. Este tipo de plataformas se distribuye bajo licencia GPL (General Public License). En este tipo de plataformas podemos encontrar a Dokeos, Moodle y Claroline.

Claroline.- Creado el año 2002 en el Instituto Pedagógico Universitario de Multimedia de la Universidad Católica de Lovain (Bélgica) y desde 2004 auspiciado por el Centro de Investigación y Desarrollo, del Instituto Superior de Ingeniería Belga.

Dokeos.- está siendo utilizada por más de 1000 organizaciones (universidades, institutos, administraciones públicas y empresas) en más de 63 países y 34 idiomas. Es una plataforma de teleformación, de código abierto. También funciona como empresa consultora que ayuda a otras empresas y administraciones a usar **Dokeos**, analizar, diseñar, desarrollar y organizar programas de formación. Su principal objetivo es ser un sistema flexible y de fácil uso mediante un interfaz de usuario amigable. Ser una herramienta de aprendizaje, especialmente recomendada a usuarios que tengan nociones mínimas de informática y cuya principal preocupación sea el contenido.

Moodle.- Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment (Entorno Dinámico de Aprendizaje Modular Orientado a Objetos). En febrero de 2008, la base de usuarios registrados incluía más de 35.000 sitios en 197 países de todo el mundo. Está traducida a más de 76 idiomas. Teniendo en cuenta que fue iniciada en 1999 y que la primera versión salió en 2002, las cifras anteriores nos dan idea del crecimiento exponencial de esta plataforma. Va camino de convertirse en un estándar de plataforma educativa virtual, con usuarios tan prestigiosos como la británica Open University.

Casos de éxito de implementación de un entorno de e-learning

Caso de Éxito de la Universidad Tecnológica de Torreón

En la Universidad Tecnológica de Torreón (junio de 2009) se tuvo oportunidad de conocer de forma clara como se desarrolla su programa de educación virtual, a través del uso de la plataforma de Dokeos. En el contexto metodológico la universidad es conocida por utilizar siempre planes innovadores que ayuden a mejorar la calidad educativa de la propia universidad. Se crearon cursos didácticos apoyados por la plataforma de Dokeos en dos de las carreras que ofrece la universidad, dando comienzo a la prueba en el ciclo escolar 2008/2009. No obstante nuestro principal objetivo es conocer el funcionamiento y los resultados que se obtuvieron a través de la utilización de esta plataforma de educación virtual. Los principales resultados que se obtuvieron fueron los siguientes:

- El 90% de los estudiantes de ambas carreras concluyeron que es más eficiente trabajar con el uso de este tipo de plataforma en cuestiones de envío y recepción de material didáctico.
- La universidad concluyo que el índice de reprobación disminuyo en un 10% en el primer semestre y un 7% en el segundo semestre.
- El 80% de los profesores que utilizo el entorno de Dokeos concluyo que facilito un gran porcentaje en la impartición del curso.

Marco metodológico para la implementación de un entorno de e-learning

El marco metodológico de una investigación es la parte fundamental de organización de las herramientas y técnicas que la propia investigación maneja. Es decir es el “cómo” del trabajo. El marco metodológico en el que se hace referencia fue tomado del artículo: Metodología para la **implementación** de un proyecto de e-learning. Loaiza, Reyna. Mayo 2009. Pp. 4-9.

Diagrama metodológico de la implementación de un entorno de e-learning.

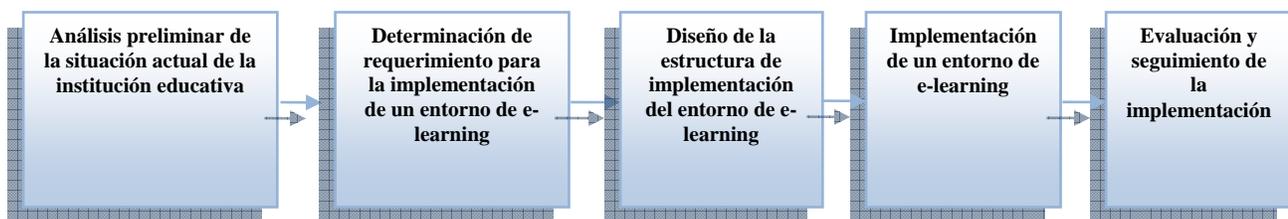


Diagrama 1.- Metodología de implementación de e-learning

Fase 1.- Análisis preliminar de la institución educativa de nivel medio-superior

Para dar comienzo con la **implementación** del entorno de e-learning se tiene que hacer un análisis previo de la situación de la escuela en donde se pretende realizar la implementación. Los factores que debemos analizar de la institución educativa son, antecedentes, indicadores académicos, problemática en general e instalaciones.

Antecedentes

La institución educativa que lleva por nombre **Escuela Preparatoria Federal por cooperación “Emiliano Zapata”**, la cual se encuentra ubicada en el municipio de **Pueblo Nuevo, Guanajuato**, nació como tal el día 7 de septiembre de 1998, iniciando con un bachillerato general, y con una matrícula de 94 estudiantes. Hoy en día la escuela cuenta con tres diferentes especialidades y de igual forma con tres bachilleratos distintos, los cuales son: **Especialidad en Informática Administrativa**, con **bachillerato económico-administrativo**, **Especialidad en Enfermería**, con **Bachillerato químico-biológico** y **Especialidad en Electrónica** con **Bachillerato físico-matemático**. De igual forma podemos destacar que la matrícula actual de la escuela es de 452 alumnos divididos en las tres especialidades de la siguiente forma: **Informática Administrativa** con 217 alumnos, **Enfermería** con 120 alumnos y **Electrónica** con 115 alumnos.

Problemática en general

La calidad educativa adolece de deficiencias en los distintos elementos que la componen. Ello tiene un considerable impacto en la competitividad de las actividades académicas, en el contexto educativo, y limita las posibilidades de mejoramiento de la calidad de vida de la población.

En primer término, la revisión y actualización de los planes y programas de estudio no se lleva a cabo con la frecuencia que recomiendan los estándares Internacionales. Sin embargo, la rigidez de los programas académicos no permite que los alumnos obtengan otra forma de aprendizaje más eficiente y dinámica.

Un factor crítico en este proceso es el personal docente. En general, la institución no cuenta con programas permanentes de capacitación y actualización docente. Los esfuerzos que se realizan son irregulares debido a que no existe un consenso sobre las competencias que debe poseer el personal, ni mecanismos de evaluación que verifiquen su cumplimiento.

Instalaciones

La **Escuela Preparatoria Federal por cooperación “Emiliano Zapata”**, tiene como instalaciones los siguientes espacios:

- a. 14 aulas de uso general.
- b. 1 aula de uso especial.
- c. 2 laboratorios de cómputo.
- d. 1 laboratorio de electrónica.
- e. 1 laboratorio de uso general.
- f. 3 Oficinas.
- g. 1 Biblioteca General.
- h. 1 cancha de usos múltiples.
- i. Área de baños (WC).
- j. Aéreas verdes.

Fase 2.- Determinación de requerimientos para la implementación de un entorno de e-learning.

La determinación de los elementos necesarios para lograr una **implementación** exitosa va a estar referidos en 3 áreas principales, las cuales nos darán pie a comprender de forma clara y sencilla cuales son los requerimientos necesarios para el buen desarrollo del trabajo. Las tres áreas principales son:

Tecnología

La tecnología está comprendida por los elementos técnicos necesarios para el desarrollo de la **implementación** del entorno de e-learning, se va a dividir en dos categorías principales el hardware y el software.

- 1) Hardware:
 - a. Modem y enrutador ADSL con tecnología DHCP.
 - b. Conmutador de red.
 - c. Servidor escolar.

- d. Enrutador inalámbrico.
 - e. Computadoras (PC o laptop).
 - f. Medios de Conexión.
- 2) Software:
- a. Plataforma de educación virtual (Moodle, Dokeos, Claroline, etc.)
 - b. Servidor Web(Apache, IIS)
 - c. Manejador de base de datos
 - d. Servidor PHP(WAMP, XAMPP, MAMP)
 - e. Navegador de internet

Conectividad

La Conectividad, es decir el acceso amplio a internet, constituye un elemento esencial del éxito de la **implementación** del entorno de e-learning. El acceso a internet de banda ancha permite un mayor acceso a las funcionalidades de información y comunicación, utilizando un explorador web.

Contenido digital

Los entornos de e-learning totalmente integrados incluyen contenido digital y aplicaciones de productividad y de administración. El contenido digital cuantitativamente mantiene el nivel de interés de los alumnos, al mismo tiempo que también ofrecen que también ofrece los conceptos básicos que ellos necesitan. Las herramientas de productividad permiten que los alumnos aprendan haciendo uso de las herramientas que se utilizan en el mundo comercial real. Las aplicaciones de administración permiten que los maestros compartan archivos con los alumnos.

El contenido digital que debemos de crear para la implementación en la preparatoria es:

- Material de aprendizaje de internet
- Documentos digitalizados
- Apuntes de profesores y alumnos
- Contenido audiovisual
- Podcasts
- Librerías
- Imágenes y mapas mentales
- Temáticas de discusión

Fase 3.- Diseño de la estructura para la implementación de un entorno de e-learning

Elección de la plataforma

El primer elemento que conforma el diseño de la estructura de la **implementación** de e-learning es la elección de la plataforma, esta se debe de realizar de acuerdo a la comparativa de las mismas y de acuerdo al análisis de la escuela donde se pretende instalar. En el ejemplo que estamos realizando la elección de la plataforma es: **Dokeos**, ya que cumple con las siguientes características que son necesarias para la escuela:

- Adecuado para clases en línea: Dado que contempla. Además de las funcionalidades básicas, el soporte de aulas y reuniones vía videoconferencia e itinerarios de aprendizaje.

- Énfasis en calidad sobre cantidad: Es más importante contar con pocas funcionalidades, pero que todas sean de utilidad a los alumnos y profesores.
- Interfaz amigable al usuario: Especialmente recomendada a usuarios que contengan nociones mínimas e computación y con mayor interés por el contenido de los cursos.
- Distribución de contenidos, calendario, proceso de entrenamiento, chat, audio y video, administración de pruebas y guardado de registros.

Creación de contenido didáctico digital

El proceso de creación de contenidos para e-learning puede diversificarse de acuerdo a la tecnología utilizada, la diversidad de recursos multimedia, la interactividad, el objetivo pedagógico, la comunidad de usuarios, y otros factores. Cuando hablamos de e-learning estamos hablando desde el punto de vista de los contenidos de una transformación pedagógica de la información de un formato presencial (manuales, apuntes, grabaciones) a otro que esté pensado para que el alumno pueda realizar su aprendizaje y estudio sin la presencia guiada de un docente en un aula.

Estructura de Dokeos

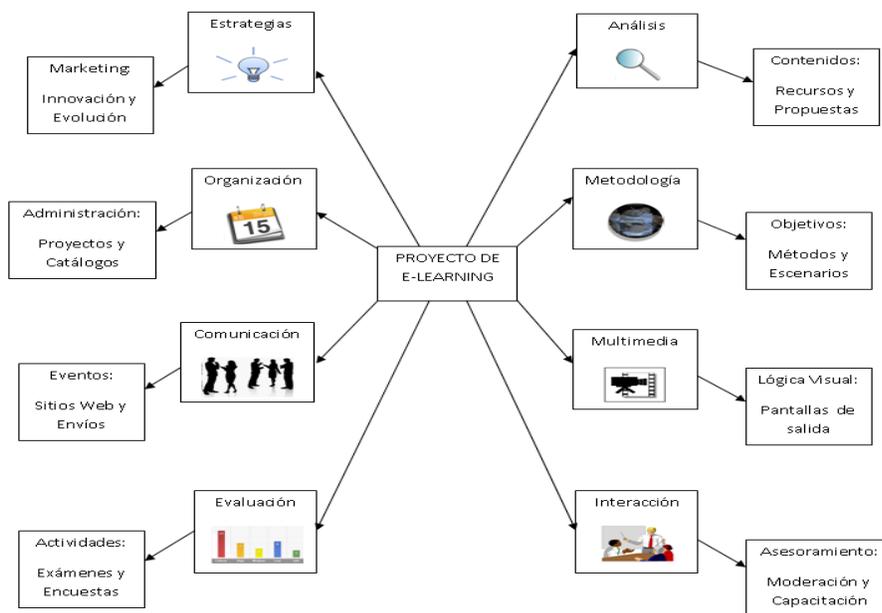


Diagrama 2.- Diagrama proyecto de Dokeos

Instalación de la plataforma Dokeos

La instalación de **Dokeos** se debe de llevar a cabo de la siguiente forma, primero con los requisitos:

- Servidor web que soporte PHP y MySQL
- Paquete de instalación de Dokeos
- Navegador de internet

Plan de Instalación de la plataforma de educación virtual en la Escuela Preparatoria Federal por Cooperación “Emiliano Zapata”

Id	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Predecesoras
1	INFRAESTRUCTURA	4 días	lun 07/11/11	jue 10/11/11	
2	Instalación y manual de soporte	2 días	lun 07/11/11	mar 08/11/11	
3	Capacitación de personal	2 días	mié 09/11/11	jue 10/11/11 2	
4	ANÁLISIS	5 días	vie 11/11/11	jue 17/11/11	
5	Validación de contenido digital	1 día	vie 11/11/11	vie 11/11/11 3	
6	Aclaración de objetivos pedagógicos	1 día	lun 14/11/11	lun 14/11/11 5	
7	Aclaración de evaluación de objetivos	1 día	mar 15/11/11	mar 15/11/11 6	
8	Conociendo en proyecto: ¿Quiénes participan?, ¿Cuántos?, etc	1 día	mié 16/11/11	mié 16/11/11 7	
9	Selección de multimedia y herramientas	1 día	jue 17/11/11	jue 17/11/11 8	
10	DISEÑO	11 días	vie 18/11/11	vie 02/12/11	
11	Diseño gráfico del curso: navegación entre pantallas	2 días	vie 18/11/11	lun 21/11/11 9	
12	Evaluación metodológica: exámenes y ejercicios	1 día	mar 22/11/11	mar 22/11/11 11	
13	Tareas : herramientas audio visuales y artículos	1 día	mié 23/11/11	mié 23/11/11 12	
14	Estudio de escenarios : navegación por primera vez	2 días	jue 24/11/11	vie 25/11/11 13	
15	Creación de herramientas didácticas	2 días	lun 28/11/11	mar 29/11/11 14	
16	Creación de pantallas, plantillas y diagramas	3 días	mié 30/11/11	vie 02/12/11 15	
17	DESARROLLO DE MULTIMEDIA	21 días	lun 05/12/11	mié 18/01/12	
18	Evaluaciones de prueba de Dokeos, evaluaciones propias	4 días	lun 05/12/11	jue 08/12/11 16	
19	Diseño de páginas y diapositivas	2 días	vie 09/12/11	lun 12/12/11 18	
20	Extracción de imágenes clave	2 días	mar 13/12/11	mié 14/12/11 19	
21	Retroalimentación de recursos por medio de evaluaciones	4 días	jue 15/12/11	mar 20/12/11 20	
22	Manipulación de imágenes y diagramas	2 días	mié 21/12/11	lun 09/01/12 21	
23	Agregación de comentarios en las paginas	2 días	mar 10/01/12	mié 11/01/12 22	
24	Evaluación de interfaces de multimedia	2 días	jue 12/01/12	vie 13/01/12 23	
25	Creación de contenidos con las herramientas de Dokeos	2 días	lun 16/01/12	mar 17/01/12 24	
26	Participación en foros e interacción social	1 día	mié 18/01/12	mié 18/01/12 25	
27	PLAN DE COMUNICACIÓN	5 días	jue 19/01/12	mié 25/01/12	
28	Asesoría de animación flash	2 días	jue 19/01/12	vie 20/01/12	
29	Reunión de retroalimentación	1 día	lun 23/01/12	lun 23/01/12 28	
30	Evaluación de la implementación	2 días	mar 24/01/12	mié 25/01/12 29	

Conclusiones

- Conocimos un paradigma de educación moderno que día con día gana más terreno en nuestra vida y en nuestra sociedad, el cual está basado en la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, y que está cambiando al mundo que conocemos de una forma radical e innovadora, con el objetivo de lograr un crecimiento y desarrollo educativo de calidad.
- Analizamos algunos ejemplos de éxito de la utilización de las tecnologías de la información y comunicación en el ámbito educativo, al mismo tiempo que escogimos una metodología de implementación de un entorno de e-learning adecuada para su desarrollo en una institución educativa de nivel medio-superior.
- En la actualidad cambiar un modelo educativo es muy complicado, pero con acciones de innovación, se consigue hacer diferencias sustanciales que ayuden a mejorar la calidad de dichos paradigmas educativos.
- Innovar siempre es difícil, pero si no lo hacemos tendemos a quedarnos petrificados y a estar rezagándonos en cualquier aspecto de la vida, la utilización de herramientas tecnológicas es fundamental para seguir a la vanguardia e ir creciendo el desarrollo de la calidad de vida.

Referencias

1. Bernárdez, M (2007). *Diseño, producción e Implementación E-learning*. Bloomington, Indiana: Global Business Press.
2. Lobelle, C. & De Praetere, T. (2010). *The Dokeos E-learning Management Guide*. U.S.A.: Dokeos Company.
3. Estudio sobre el uso de las tecnologías de comunicación e información para la virtualización de la educación media-superior en México. ANUIES-IESALC, enero 2008, pp. 86-88.
4. Campus en línea de la Universidad Tecnológica de Torreón, consultada el 25 de Septiembre de 2011. <http://www.campusenlinea.utt.edu.mx>

RESULTADOS PRELIMINARES DEL ESTUDIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN TLAXCALA

Lic. Nirvana SantamariaPedraza anavrin17_7@hotmail.com Instituto Tecnológico de Apizaco
M.A. Ma.Elizabeth Montiel Huerta malizmon_hu@hotmail.com Instituto Tecnológico de Apizaco
M.C. Crisanto Tenopala Hernández cristenopala@hotmail.com Instituto Tecnológico de Apizaco

Resumen:

Hoy en día internet abre un canal a un mercado en constante crecimiento “los internautas”, que debe ser aprovechado por las empresas para tener un mayor desarrollo por medio del comercio electrónico, ofreciendo un servicio de calidad.

El presente tiene como objetivo mostrar los resultados preliminares del estudio del comercio electrónico que se está realizando en el estado de Tlaxcala, con la finalidad de conocer la percepción de los consumidores sobre este servicio, y proponer estrategias que mejoren e impulsen el comercio electrónico.

El estudio es descriptivo y de campo, donde la muestra es aleatoria de tipo estratificada, la recolección de los datos se hizo por medio de una encuesta validada a través de una encuesta piloto y de alfa de Cronbach.

Palabras claves: comercio electrónico, estudio, percepción, satisfacción.

Abstract

Internet today opens a channel to a growing market “surfers” to be used by companies to have greater development through e-commerce, offering a quality service.

This aims to show the preliminary results of the study of electronic commerce that is taking place in the state of Tlaxcala, in order to determine the perception of consumers about the service, and to propose strategies to improve and promote e-commerce.

The study is descriptive and field, where the sample is stratified random type, data collection was done through a survey validated through Cronbach's alpha.

Key words: e-commerce, study, perception, satisfaction, outcomes.

Introducción

El comercio electrónico es la compra/venta que se realiza por medio de internet, en donde el enlace entre el consumidor y la empresa es una página web, esta forma de hacer negocio se ha convertido en una ventaja competitiva para las empresas que la han adoptado entrando al mundo on-line, pues les permite abarcar un mercado más amplio, no solo regional, también nacional y mundial.

Por otra parte para captar la atención de los consumidores se hace más complicada, pues no se tiene una atención muy personalizada como si se hiciera de frente, así que es importante conocer la percepción, confiabilidad e inquietud, que tienen los consumidores acerca de este servicio, a fin de manejarlas y transfórmalas para persuadirlos y transmitirles esa confianza e impulso para realizar sus compras por medio del comercio electrónico.

Este tipo de comercialización ha tenido mucho éxito en Latinoamérica como es el caso de Brasil, Argentina, Colombia que están por arriba de México de acuerdo al estudio realizado por “AmericaEconomiaIntelligence” a partir de información provista por las fuentes oficiales de cada país. (Intelligence, 2010), mostrando un acelerado crecimiento en las compras que se realizan por este medio.

México es un país que cuenta con los recursos necesarios para sobresalir en este medio y en particular, en el caso de estudio el estado de Tlaxcala de acuerdo al último censo de población y vivienda que INEGI realizó en el 2010, del 100% de la población de Tlaxcala que tiene una computadora en casa, el 60.59% cuenta con el servicio de internet, como se observa en la figura 1, sin mencionar las facilidades que se tienen en las diferentes plazas comunitarias, cafés internet, y telefonía móvil, de acuerdo a esto se infiere que el comercio electrónico tiene un futuro prometedor en este estado y nuestro país, México. Ante este panorama, es importante estudiar el comportamiento de los consumidores a fin de satisfacerlos para que sigan utilizando este medio y recomienden el uso del mismo.

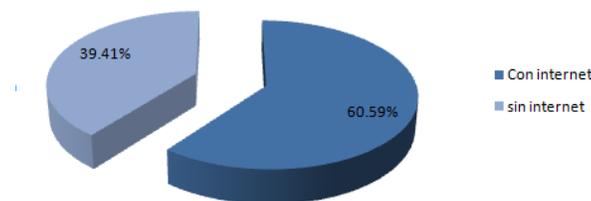


Figura 1. Bienes y tecnologías de la información.
Fuente: INEGI, Censo de población y vivienda 2010.

A continuación se presenta la metodología utilizada para realizar el estudio en el estado de Tlaxcala.

Desarrollo

La finalidad de esta investigación es aceptar o rechazar la hipótesis planteada y que es la siguiente: “Los clientes que realizan compras por medio del comercio electrónico están satisfechos porque tienen seguridad y confianza en la empresa que proporciona un satisfactor” y cuyo objetivo general es conocer la percepción de los consumidores del estado de Tlaxcala que han comprado por internet y evaluar la satisfacción de los mismos, a fin de proponer estrategias que mejoren e impulse el uso de este servicio.

Metodología

Para realizar el estudio se tomaron como base el modelo global del comportamiento del consumidor de Arellano, 2002, que menciona en su libro “Comportamiento del Consumidor: Enfoque América Latina”, y el modelo propuesto por Hayes, 2006, para evaluar la satisfacción y conocer los puntos débiles que actualmente tiene el comercio electrónico para buscar áreas de oportunidad que lo fortalezcan.

Instrumento de medición: Se diseñó una encuesta con 21 preguntas. Se utilizaron respuestas de tipo: filtro, de opción múltiple, cerradas, y con escala de Likert, distribuidas como se muestra en la figura 2.

Atributo	C01
Segmento	Ya compraron
No. Preguntas	18
Escala likert	4
Múltiples	7
Filtro	1
Cerradas	5
Abiertas	1

Figura 2. Atributos del cuestionario

Las variables que se miden son los motivos de compra, tipo artículo, frecuencia de compra, comodidad, seguridad, confianza, y satisfacción, de la forma como se muestra en la imagen siguiente:

VARIABLE	INDICADORES	ITEMS / PREGUNTAS
Motivos	<ul style="list-style-type: none"> • Comodidad, • Por recomendación, • Producto mejor ofertado • Vivir la experiencia • Falta de tiempo 	De la siguiente lista enumere en orden de importancia lo motivos que te hicieron comprar por internet:
Frecuencia de compra	<ul style="list-style-type: none"> • Ocasionalmente • Semestral • Trimestral • Mensual • Quincenal 	¿Con que frecuencia compra por internet?
Artículos que compran	<ul style="list-style-type: none"> • De informática • Telecomunicación • Libros • Reserva de hospedaje • Boletos • Entrada a eventos culturales • Música 	¿Qué tipo de artículos o servicios ha comprado por internet?

• Otros		
Publicidad	Medir la eficiencia de la publicidad y buscadores como intermediarios entre el consumidor y el comercio electrónico	Me informo de un producto o servicio por medio de: Con que frecuencia accedo a la información de los banners:
Servicio	Medir la eficiencia de las ventas que se realizan, así como la calidad de la web.	¿Qué medio de pago utilizo para hacer su compra? ¿Qué tipo de problemas ha tenido al efectuar su compra? El tiempo de entrega del producto es: ¿En una escala del 1 al 5 que tan cómodo se le hace comprar por este medio? ¿El servicio de postventa es? Comprar por este medio me ahorra tiempo: La compra por este medio beneficia mi economía El acceso de las páginas de internet a las tiendas virtuales es: El aspecto visual de las páginas es:
Seguridad	Medir el nivel de conocimiento que los consumidores tienen respecto a la identificación de un sitio seguro.	¿En una escala del 1 al 5 como califica la confianza que le brindan las empresas? Considero que los consumidores estamos expuestos a fraudes por este medio. Conoce la existencia de la Amipci De los siguientes, seleccione el logo que identifica en alguna página visitada.
Efectividad	Medir la eficiencia que tiene en comercio electrónico para los consumidores, de acuerdo a su percepción.	¿Cómo califica la experiencia de su compra por este medio? ¿Recomienda las compras por este medio?

Figura 3: Constructo de variables evaluadas, por medio de preguntas e ítems.
Fuente: Elaboración propia

Estas encuestas fueron validadas por medio de una encuesta piloto y por alfa de cronbach teniendo un nivel de confiabilidad del .765.

Tipo de estudio: Descriptivo y de campo

Población: Con base a los datos del censo de población y vivienda realizado en el 2010 por INEGI y considerando las características mencionadas anteriormente. La población es de 32,667, considerando la población económicamente activa, que tiene conocimientos de computación y cuenta con el servicio de internet.

Muestra: Es aleatoria y estratificada, el tamaño de la muestra se calculó por medio de la fórmula de poblaciones finitas y el resultado fue el siguiente:

Datos	Formula de poblaciones finitas	Resultado
N = 32,667 (Población)	$n = \frac{\sigma^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{\sigma^2}{N}}$	n= 380 encuestas
Z = 1.96 (Nivel de confianza)		
$\sigma = .25$ (Varianza muestral)		
E = 5.0 (Error)		

Estas 380 encuestas fueron distribuidas en los municipios más representativos, y de acuerdo al porcentaje de importancia, quedando de la forma como se ilustra en la figura 4.

Municipio	Tlaxcala	Apizaco	Chiautempan	Huamantla	Zacatelco	Total
No.Encuestas	167	95	51	36	29	380

Figura 4. Muestra Estratificada.
Fuente: Elaboración propia

La recopilación de los datos se hicieron en los lugares más importantes de cada municipio y el procesamiento de estos se realizo con el software SPSS y las graficas con Excel.

Resultados

Hasta la fecha se lleva un avance del 80% del tamaño de la muestra, obteniendo los siguientes resultados preliminares más importantes.

Con base a nuestra segmentación el 67% de las personas encuestadas son hombres y el 33% mujeres, el 18% de la población ha estudiado un posgrado, el 65% tienen la licenciatura, y el 12% tiene preparatoria como se observa en la figura 5.

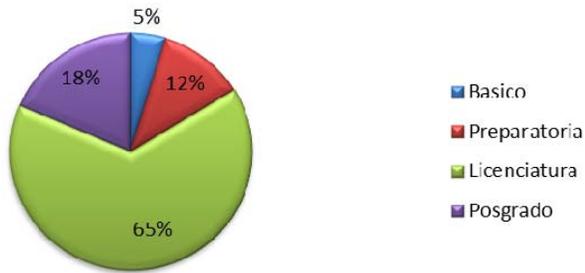


Figura 5: Escolaridad de la muestra

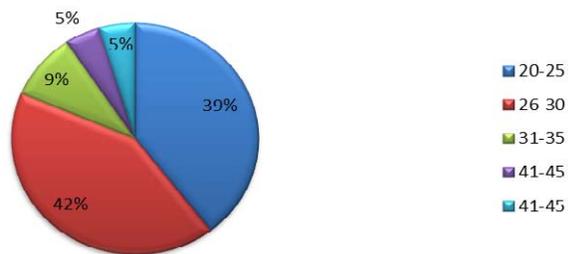


Figura 6: Edad

Por otra parte el 39% son personas de 20 a 25 años, el 42% tiene de 26 a 30 años, un 9% tiene entre los 31 y 35 años, y el 10% restante tiene más de 35 y menos de 45 años.

Motivos de Compra

El 35% respondió que ha comprado por comodidad, el 23% por vivir la experiencia, el 16% por recomendación, el 19% por que ha encontrado productos mejor ofertados y un 7% por falta de tiempo

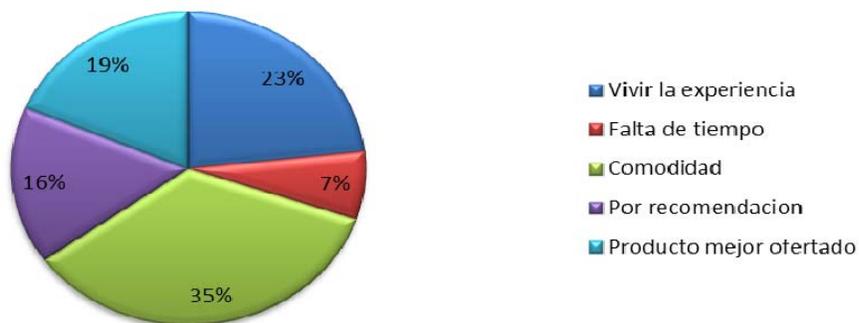


Figura 7: ¿Cuál ha sido su principal motivo de compra?

Los artículos más comprados a través de Internet son de informática con un 45%, seguido de telecomunicaciones con un 28% y un 22% de libros, se observa que también la música ha tenido una

buena aceptación por este medio con el 20%, y se tiene una categoría de otros, en el cual aparecen productos variados como refacciones, ropa, calzado, y accesorios.

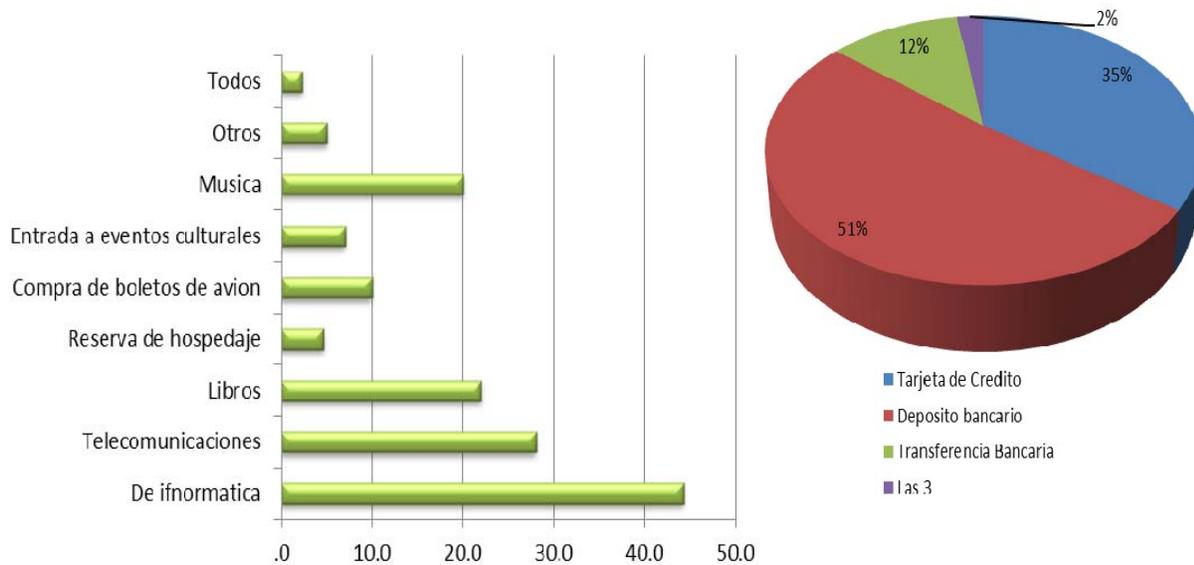


Figura 8: ¿Qué producto has comprado por internet? y a la derecha la forma de pago

Mercadotecnia On-Line

El 35% de la población entra directamente al sitio para conocer un producto y el 32% se informa por medio de los buscadores, en cuanto a los banners solo el 9% siempre hace uso de ellos, el 52% accesa a los banners ocasionalmente y 37% nunca lo hace.

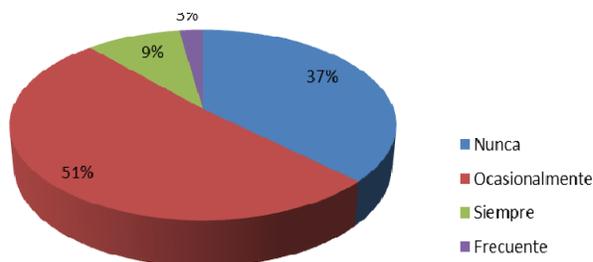


Figura 9. ¿Con que frecuencia accede a la información de los banners?

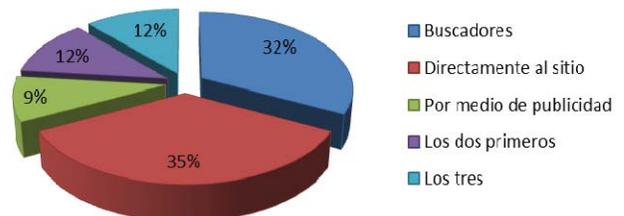


Figura 10.¿Cuando busca información de un producto lo hace por medio de?

Del total de las compras efectuadas el 44% se han realizado de forma limpia, es decir no han presentado problema alguno, pero el 28% si ha presentado y es el de demora, y un 14% dice que le han entregado un producto con características diferentes.

Y cuanto al tiempo de entrega y como se puede observar en la imagen inferior el 51% dice haber recibido su producto en la fecha establecida, y el 12% antes de la fecha, un 23% recibió su paquete dos días después, y el 14% afirma haber recibido su producto hasta una semana después.

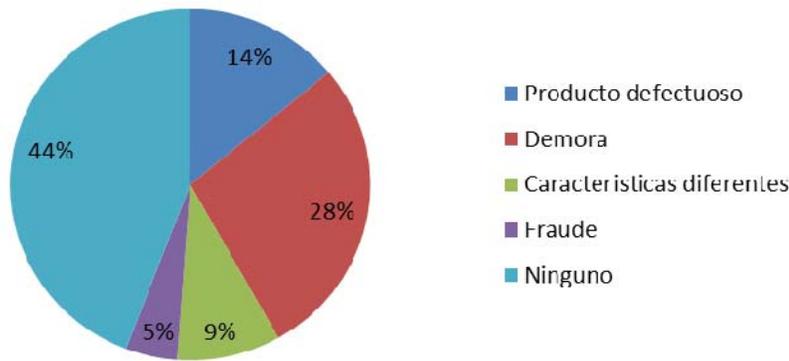


Figura 11. Problemas presentados en las compras realizadas.

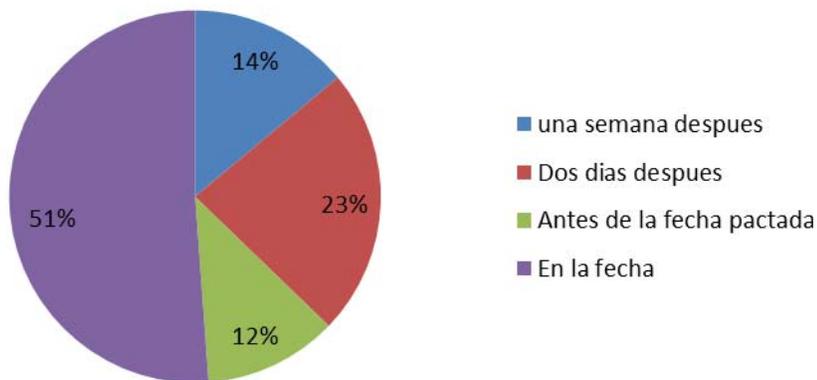


Figura 12. Tiempo de entrega del producto.

En cuanto a la seguridad de la red, el 90% opina que los consumidores están expuestos a fraudes por este medio y el 10% dice que no. (Ver figura 13)

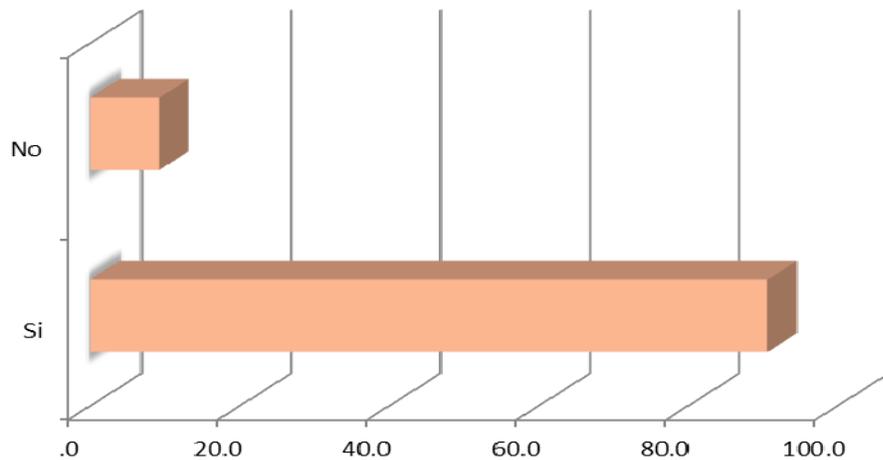


Figura 13. ¿Considera que los consumidores están expuestos a fraudes por este medio?

Comodidad

El 32% contestó sentirse muy cómodo al comprar por este medio, y el 48% contestó que es cómodo, el 12% dijo que no era cómodo, pero tampoco incómodo, el 5% dijo que era un incómodo y el 3% que era muy incómodo, como se visualiza en la figura 12.

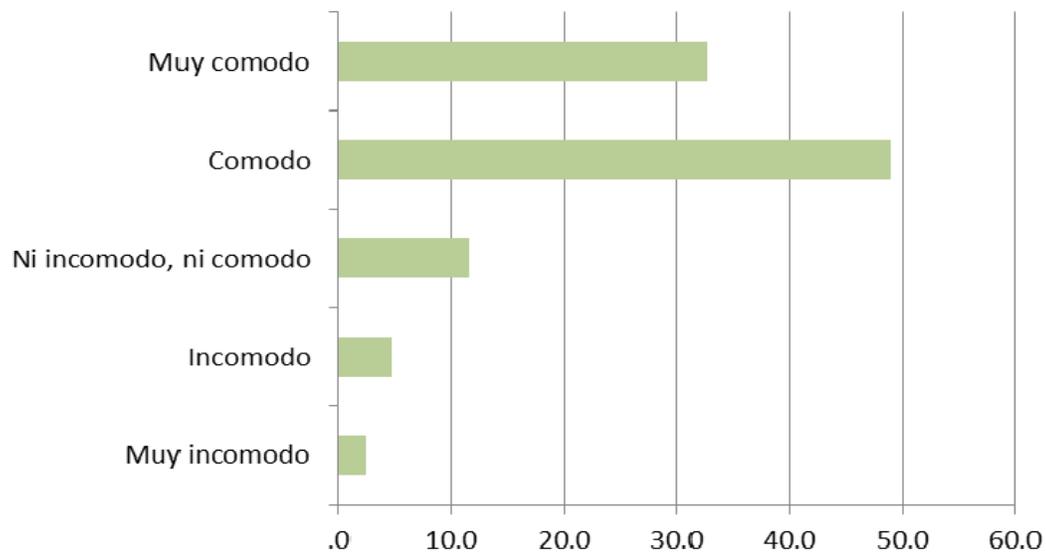


Figura 14. ¿Qué tan comodo se le hace comprar por este medio?

El 20% dice que es muy confiable comprar, el 45 % siente confianza al comprar, el 30% que no es confiable, pero tampoco inseguro, y el 5% dice que no es confiable.

Confiable

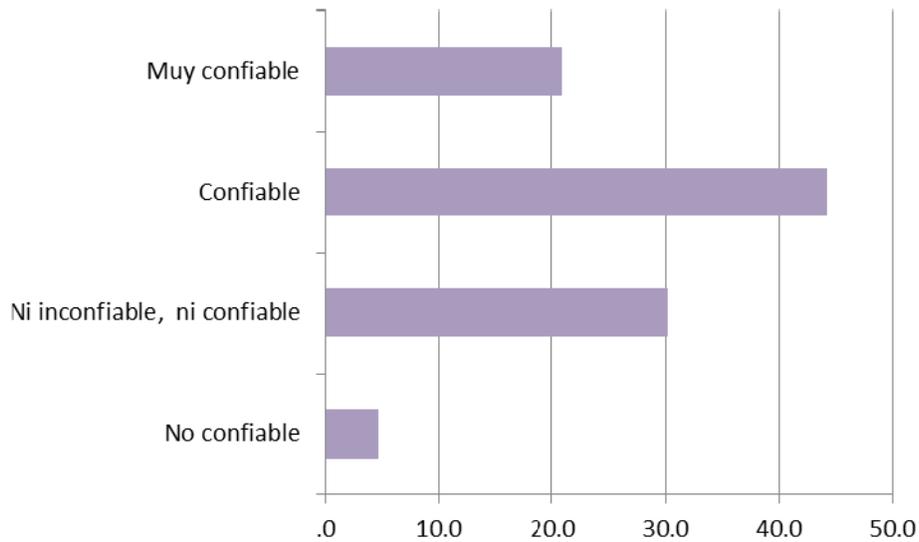


Figura 15. ¿Considera que internet es confiable para hacer compras?

Se pregunto a la muestra representativa si estaba de acuerdo que al comprar por internet un producto, le ahorraría tiempo y contestaron lo siguiente: El 32.6% asegura que es mas rapido comprar por este medio que ir a los centros comerciales, y el 46.5% dice que esta de acuerdo que le ahorra tiempo en el proceso de su compra, el 9.3% dice que es igual, el 2.3% esta en desacuerdo y el 9.3% esta totalmente en desacuerdo.

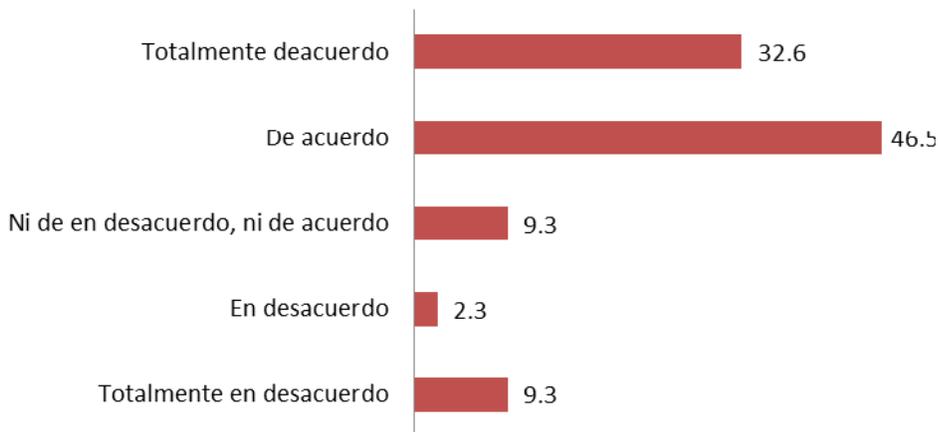
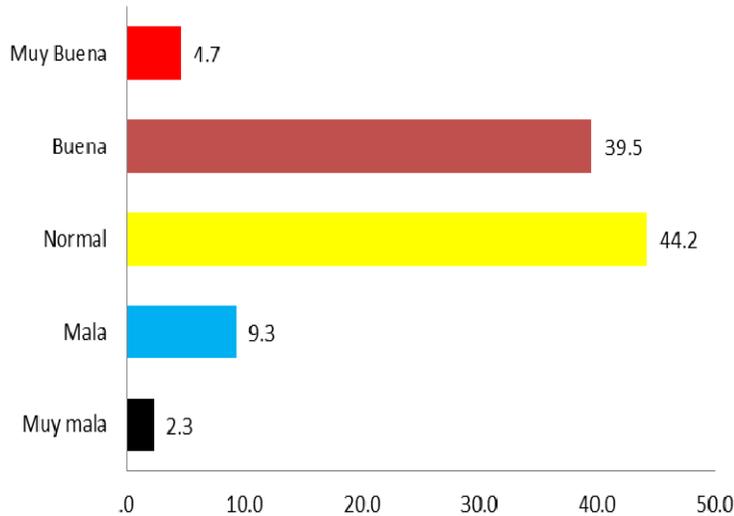


Figura 16. ¿Está de acuerdo que al comprar por internet le ahorra tiempo en el proceso?

Y finalmente ¿Que tan efectivo es el servicio del comercio electrónico en la red?, si los consumidores consideran que sus compras han sido buenas, porque no han tenido problemas con la entrega del producto, en cuanto a la entrega oportuna, a las características que esperaba y que estaban dentro del contrato y/o solicitud de sus pedidos, así como el pago correcto, entonces no tendrán duda en seguir comprando y mejor aún recomendar las compras a través del comercio electrónico. En la siguientes graficas se muestran los resultados obtenidos.



El 44.2 % la evaluó como normal (ni buena, pero tampoco mala), el 39.5% dice que ha sido buena, y 4.7% asegura que han sido muy buenas, pero el 9.3% ha dicho que el servicio ha sido malo, y un 2.3 está completamente defraudado.

Figura 16. ¿Cómo evalúa la experiencia de su compra por internet?

El 4.7% no recomienda el uso del comercio electrónico, y el 23.3% aún tiene inquietudes y dice que tal vez lo recomiende pero no está completamente seguro como el 72.1% que dice que seguirá comprando porque es más cómodo, fácil, rápido y sobre todo siente confianza.

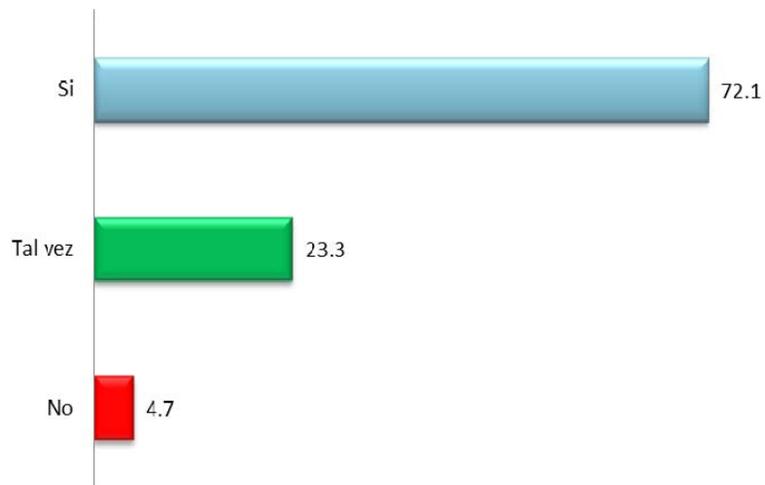


Figura 17. ¿Recomienda las compras por internet?

Conclusiones

Las empresas tienen una ventaja competitiva al adentrarse al mundo on-line, es decir al incorporarse al comercio electrónico, ya que les ofrece más presencia en el mercado con apertura a nuevas regiones que no estaban cubiertas, y sobre todo disponible en cualquier hora del día, con la ayuda de un sitio, o página web.

La seriedad de las empresas es muy importante pues un simple detalle es vital para ganar o perder clientes, detalles como la actualización de la base de datos de inventarios, ya que en ocasiones se presenta la disponibilidad de un artículo, cuando no lo está, también cuidar el diseño de las páginas web, deben contener la información necesaria de producto y/o servicio que se oferta, tanto características físicas, como intangibles y sobre todo el precio.

Es preciso generar confianza en los internautas que pueden convertirse en consumidores potenciales, para esto se debe tener un cuidadoso manejo de información y sensibilidad al pedir información delicada como número de tarjetas de crédito, contraseñas y estar abierto a nuevas formas de pago.

Internet ha sido muy eficaz en muchas actividades, como en la comunicación, que esto nos está llevando a olvidarnos de los medios publicitarios tradicionales como la televisión, el radio, y prensa, que pueden ser importantes para darle el empujón que necesita para generar más confianza en los usuarios y no usuarios.

La confianza se puede generar si se dieran a conocer en eventos masivos, y por medio de comerciales en la televisión y en la prensa, los sellos de confianza que aseguran que un sitio ha sido regulado por un organismo público y cuenta con los requisitos para su funcionamiento en la red, ya que más del 70% desconoce algún sello de confianza u organismo de regulación, por lo tanto no saben identificar un sitio seguro del que no lo es.

Referencias Bibliográficas

Libros:

Arellano, C. R. (2002). *Comportamiento del consumidor: Enfoque America Latina*. México: Mc Graw Hill.

Castro, J. N. (2005). *Investigación Integral de Mercados*. Colombia: Mc Graw Hill.

Czinkota, M. R., & Kotabe, M. (2001). *Administración de la Mercadotecnia*. México: Thomson Learning.

CzinKota, M. R., & Ronkainen, I. A. (1996). *Marketing Internacional*. México: Mc Graw Hill.

Fischer, L., & Espejo, J. (2004). *Mercadotecnia*. México: Mc Graw Hill.

Guardia, C. d. (Junio de 2010). *La evolucion del comercio electronico*. México.

Hayes, B. E. (2006). *Como medir la satisfaccion del cliente*. México: Alfaomega

Marcela, B. (2001). *Introducción a la investigacion de meercados*. México: Pearson.

Pamies, D. S. (2004). *De la calidad del servicio a la fidelidad del cliente*. Madrid: ESIC.

Philip, K., & Gary, A. (2007). *Marketing: Versión para latinoamérica*. México: Pearson.

Sandhusen, R. L. (2006). *Mercadotecnia*. México: CECSA.

Artículos:

Alejandro, M. D. (2006). *Comportamiento del consumidor*. Barcelona: UOC

Amaya, E. T. (2007). Implicaciones de la logística en el comercio electrónico sobre la satisfacción del cliente en el comercio electrónico interactivo. *Redalyc*, 208-223.

Casielles, R. V. (Cuarto trimestre de 2009). *Universia Business Review*. *Las Agencias de Viajes Virtuales ¿Como analizar la calidad de servicio y sus efectos sobre la satisfacción del cliente?* España.

Vicepresidencia de investigación de mercados. (2009). *AMIPCI*. Recuperado el 2010, de <http://www.amipci.org.mx/estudios>

Fuentes electrónicas

Conde, J. A. (15 de Julio de 2009). *Homo Creativus*. Recuperado el 4 de Abril de 2011, de Creatividad empresarial: <http://www.homocreativus.es/el-comercio-electronico-b2a-entre-empresas-y-administracion/>

Guardia, C. d. (Junio de 2010). *La evolución del comercio electrónico*. México.

Hayes, B. E. (2006). *Como medir la satisfacción del cliente*. México: Alfaomega.

Intelligence, A. E. (Junio de 2010). *America Economía Intelligence*. Recuperado el Octubre de 2010, de http://especiales.americaeconomia.com/2010/comercio_electronico/files/Estudio_comercio_electronico_LA.pdf

Lozoya, J. M. (28 de Septiembre de 2010). *Suite101.net*. Recuperado el 31 de Marzo de 2011, de <http://www.suite101.net/content/clases-de-comercio-electronico-a26589>

Mendoza, J. A. (1 de Febrero de 2002). *Milenium*. Recuperado el 31 de Marzo de 2011, de <http://www.informaticamilenium.com.mx/paginas/mn/articulo50.htm>

México, M. B. (2010). *Estudio de Consumo de Medios Digitales 2010*. *amai*.

Moro, M. L. (2000). *Comercio Electrónico: Un Mercado en Expansión*. Madrid: ESIC.

Moro, M. L. (2000). Conocer los hábitos de la sociedad digital. En M. L. Moro, *Comercio Electrónico: Un mercado en Expansión* (pág. 129). Madrid: ESIC.

Thompson, I. (1 de Julio de 2005). *Promonegocios.net*. Recuperado el 12 de 04 de 2011, de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/satisfaccion-cliente.htm>

LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA INVESTIGACIÓN JURÍDICA EN MÉXICO

Gabriel García Medina gmedina31@yahoo.com.mx Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Ma. Yolanda Hernández Bucio mayolb15@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Miguel Ángel Medina Romero miguel_medina_romero@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

La investigación jurídica en nuestro país, ha tenido un predominio de carácter dogmático y documental, orientando por la corriente constructivista enfatizando las cualidades de las entidades, procesos y significados, llevándolos a una generalización e inducción lógica aislada de un contexto tecnológico, y el papel que desempeñan las instituciones, en particular, aquellas dedicadas a la educación e investigación, así como otras organizaciones orientadas a impulsar investigación y desarrollo, innovación, generación e intercambio de conocimiento y nuevas tecnologías son de suma importancia en la actualidad. Por lo tanto, es indispensable que la investigación, en particular la jurídica, se involucre arduamente con los avances tecnológicos existentes en su ámbito.

Palabras clave: Tecnologías de la Información, Política Digital, Investigación jurídica.

Abstract

Legal research in our country, had a prevalence of dogmatic and documentary, guided by the constructivist emphasis on the qualities of entities, processes and meanings, leading isolated logical generalization and induction of a technological context and in particular those dedicated to education and research, and other organizations aimed at promoting research and development, innovation, generating and sharing knowledge and new technologies are of paramount importance today. Therefore, it is essential that research, in particular the legal, hard to engage with existing technological advances in their field.

Key words: Information Technology, Digital Policy, Legal Research.

Introducción

A partir de la década de los cincuenta se incrementaron los estudios jurídicos con carácter científico en las diferentes ramas del derecho, el cual, se ha ramificado a una velocidad considerable, por

ejemplo, las materias penal y civil, primeras ramas del derecho su han ido agregando otras como el derecho mercantil, fiscal, económico, informático, internacional, entre otras. Actualmente las investigaciones de carácter jurídico han tenido, principalmente en nuestro país, un predominio de carácter dogmático y documental, es decir, orientando por la corriente constructivista que enfatiza las cualidades de las entidades, procesos y significados llevándolos a una generalización e inducción lógica, aislada de un contexto tecnológico; por lo que es indispensable que la investigación jurídica en nuestro país sea más competitiva, ayudándose de otras herramientas como son instrumentos de política pública y nuevas tecnologías de la información, para encontrar las respuestas a las problemáticas de la actualidad.

Para ello, el objetivo primordial del presente trabajo es realizar un análisis de corte referencial, que nos permita observar la importancia de la integración de las tecnologías de la información en la investigación jurídica, para lo cual se desarrollará bajo los siguientes apartados. El primero de ellos, permite observar los avances de la investigación jurídica en la actualidad; en la segunda parte, se esboza un breve análisis sobre las tecnologías de la información como factor de desarrollo e integración en la investigación y, en el tercer apartado, se presentan las conclusiones del trabajo.

1. La Investigación Jurídica actual

En la investigación jurídica, de acuerdo a Witker (2008) “para intentar proponer un paradigma integral en la investigación jurídica es indispensable describir los parámetros que la han orientado.” Por tal motivo, es indispensable dejar de manifiesto que la investigación jurídica es un instrumento compuesto por normas que rigen hechos, sujetos y valores, convergiendo un conjunto de conocimientos jurídicos, en su generación, aplicación e interpretación.

Por lo tanto, la dogmática jurídica es y ha sido hegemónica en la tarea de la investigación jurídica, pues se ha identificado con la visión formalista-positivista. Visión que considera al derecho como un conjunto de normas que integran un sistema coherente e integrado, exento de lagunas y antinomias; como una estructura autónoma, un objeto dado que debe ser conocido dentro de los parámetros del sistema, un modelo que distingue lo jurídico de lo no jurídico, como una forma generalmente constante, de un contenido generalmente variable, donde un hecho es jurídico, cuando

una norma le atribuye tales o cuales consecuencias de derecho. Lo que interesa es analizar el derecho “que es”, y no el derecho “que debiera ser”, el derecho que es válido y por tanto vigente.

En este contexto, el investigador sólo deduce y realiza una tarea mecánica, pues el formalismo antepone la interpretación lógico-sistemática a la histórica-teleológica, describe la realidad neutralmente, como un objeto previamente dado. Su utilidad se centra en la sistematización de las normas jurídicas positivas para facilitar la interpretación y aplicación del derecho.

La propuesta de la dogmática jurídica se plantea desde un punto de vista normativo. Por ello, la dogmática jurídica, dentro de este paradigma, es triplemente normativa: 1.Objeto, 2.Método y 3.Función. Así el objeto lo constituyen las fuentes formales y sus significados; el método, la hermenéutica en su interpretación y aplicación, y la función referida a los efectos que la interpretación-aplicación de las normas tiene sobre la realidad social.

Kelsen (1983), en su teoría pura del derecho, manifiesta que “la evidente afirmación de que el objeto de la ciencia del derecho es el derecho, se encuentra incluida la afirmación de que el objeto de la ciencia del derecho lo constituye las normas jurídicas, y también la conducta humana, pero sólo en la medida en que está determinada en las normas jurídicas como condición o efecto.”

En síntesis podemos decir que, las investigaciones dogmático-jurídicas apuntan a su objeto, lo constituye el orden jurídico del presente o del pasado. Lo investigado es la norma jurídica en su contenido dispositivo abstracto. Su fin es la determinación del contenido normativo del orden jurídico en el contexto de validez. Sus fuentes: las normas jurídicas positivas, la historia de su establecimiento y la interpretación.

Por otro lado, Witker añade que “existen formas diferentes de abordar al derecho, como lo es el realismo jurídico, que permite abordarlo, a través de sus fuentes de información que son, las realidades sociales reguladas por las normas jurídicas, evaluando acatamientos, obediencia, desacato o violaciones. Se toma en cuenta también los fines que presidieron la expedición de la norma y problemas que pretendió resolver. Sus métodos quedan determinados por la naturaleza y contenido de las fuentes de información, y por las posibilidades que ofrecen la ciencia y la técnica, para las investigaciones de campo y empírica. Así, en la construcción de la realidad social participan

múltiples factores, uno de los cuales es el Derecho. El Derecho incide en la construcción de la realidad cuando agota un ciclo que inicia con la existencia del texto jurídico positivo, continúan con el procesamiento de este insumo cognitivo por parte de los sujetos cognoscentes, da lugar a determinados estados psicológicos, y culmina con la conducta social realizada sobre la base de los estados referidos en los términos prescritos por la norma. Esta conducta social es la conducta jurídica. Así norma y realidad social son articulaciones y sinergias inseparables.”

Otras formas de abordar las investigaciones jurídicas estaría dada por las investigaciones deontológicas o axiológicas del derecho, que apuntan a plantear normas jurídicas con base en valores socialmente necesarios frente a otras de perfil especulativos.

Las investigaciones deontológicas o axiológicas se fundamentan parcialmente en las concepciones iusnaturalistas del derecho, en las cuales una norma es válida, atendiendo a su contenido y no a requisitos extrínsecos como en el caso del positivismo. Contenido que es valorado atendiendo a cuestiones religiosas, racionales, biológicas, físicas, entre otras.

Por último, en este tipo de investigaciones según Witker, el dogmático tiene un amplio campo de decisión e interpretación, pues en este caso, no sólo se basa en normas, hechos sociales concretos, sino en una serie de valores, fundamentado en cuestiones no jurídicas, en el sentido formalista-positivista, que pueden estar determinados por lo que algunas corrientes iusnaturalistas han señalado como origen del derecho: La naturaleza, como fundamento del derecho, es lo que existe por sí, independientemente de nuestra obra y nuestro querer.

Por lo tanto, se puede observar en lo general como la investigación jurídica se encuentra aislada por completo de las nuevas tecnologías de la información que le darían un nuevo elemento para ser más objetiva y acertada en la toma de decisiones.

2. Las tecnologías de la información y la política digital

El papel que desempeñan las instituciones del conocimiento hoy en día es estratégico, de acuerdo a Cobo (2009), en particular, aquellas entidades dedicadas a la educación, así como otras organizaciones orientadas a impulsar investigación y desarrollo, innovación, generación e

intercambio de conocimiento y nuevas tecnologías. Podría plantearse que las sociedades del conocimiento ya existían desde antes, pero lo que realmente no tiene precedentes es la rapidez y magnitud con la que se generan, difunden y expanden estos conocimientos.

En esta línea, la educación del siglo XXI está llamada a avanzar en la dirección y velocidad adecuada para enfrentar los diversos desafíos y oportunidades que ofrece la sociedad del conocimiento. Por ello, se puede postular que debe existir una estrecha relación entre aprendizaje, generación de conocimiento, innovación continua y uso de las nuevas tecnologías. En este sentido, sería interesante comprender en qué medida las tecnologías de información y comunicación han contribuido a la reconfiguración de este escenario.

Puede plantearse que los agentes claves de este marco de análisis son los llamados trabajadores del conocimiento, término acuñado por Peter Drucker, que hace referencia a aquellos sujetos que trabajan principalmente con información o, que, gestionan conocimiento en su lugar de trabajo. Individuos que cuentan con los saberes, habilidades y destrezas para desenvolverse de manera adecuada en un contexto de profundos cambios y redefiniciones. Sin lugar a dudas, que el ejercicio diario de estos trabajadores del conocimiento está estrechamente vinculado al uso y aprovechamiento de los nuevos dispositivos de comunicación e información.

De acuerdo a Van Dijk y Hacker citado en Cobos (2009), los investigadores, requieren contar con un conjunto de competencias para desenvolverse con un alto grado de competencia. Ello tiene relación con utilizar adecuadamente las nuevas tecnologías de información y comunicación, y con desarrollar nuevas competencias en el uso de la administración y distribución de la información y del conocimiento.

Así mismo, Lundvall citado en Cobos (2009) agrega que, lo que importa para conseguir un adecuado desempeño en la economía actual no es tanto el conocimiento que poseen los investigadores y las organizaciones en un momento determinado, sino sobre todo la capacidad de aprender y adaptarse. En consecuencia, el aprendizaje continuo y la habilidad para desarrollar nuevas competencias adquieren un papel de relevancia sustantiva. En este contexto, las tecnologías de información y comunicación se convierten en dispositivos facilitadores y articuladores de muchas de las tareas que debe llevar a cabo un profesional del siglo XXI. Un uso estratégico y a la vez crítico de

las tecnologías de la información, así como del conocimiento, ha de perfilarse como un eje transversal en los proyectos educativos de nuestros días.

Por ejemplo, a partir del año 2000 en México, se dio una revolución de la informática y de las telecomunicaciones, dada su capacidad transformadora y el impacto que está produciendo, mismos que se reflejan en cambios en nuestra forma de vivir, de conocer, hacer negocios, buscar nuevas formas de recreación y de interrelacionarnos con el mundo, repercutiendo éstos en los sistemas educativos, financieros y mercantiles, así como en el intercambio cultural entre regiones y países.

Sin duda, esta evolución tiene como uno de sus principales motores en la convergencia de tecnologías y contenidos, que hacen posible oportunidades hasta hace poco inimaginables. Hoy, por ejemplo, es posible viajar virtualmente a diversas regiones del mundo, visitar museos y bibliotecas, tener acceso a datos, información y conocimiento útil, y poner en contacto a personas de diversas culturas del mundo, a través de la red Internet.

Para diversos países, incluyendo a México, la evolución tecnológica ha significado su incorporación en la denominada “Nueva Economía”, lo que posibilita a cualquier persona a acceder a la información, a productos y mercados que antes no estaban a su alcance, así como a realizar actividades comerciales, financieras y educativas por medios electrónicos.

Es por ello que el Gobierno Federal ha impulsado Políticas Públicas que integra y articula los intereses de los distintos niveles de gobierno, de diversas entidades y dependencias públicas, de los operadores de redes de telecomunicaciones, de las cámaras y asociaciones vinculadas a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC's), así como de diversas instituciones, a fin de ampliar la cobertura de servicios básicos como Educación, Salud, Economía, Gobierno y Ciencia, Tecnología e Industria, así como de otros servicios a la comunidad, también denominada política digital. Para ello la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (2002) a través de sus diversas dependencias ha llevado a cabo tales políticas las cuales tienen como objetivos:

“Generar alternativas de valor a través de un sistema tecnológico con contenido social, que ofrezca las herramientas y oportunidades que hoy es posible alcanzar por medio de las TIC’s para mejorar la calidad de vida de todos los mexicanos. Acelerar las tendencias históricas en la penetración de servicios de telecomunicaciones e informática, a fin de garantizar que la cobertura de los servicios y contenidos. Impulsar a la industria de desarrollo de software nacional, contemplando la renovación tecnológica y la demanda de servicios. Brindar nuevas opciones de acceso a la educación y capacitación, que estimulen el aprendizaje como un medio para el desarrollo integral de los mexicanos, promoviendo que la educación sea accesible para cualquier persona, respetando su identidad y su entorno cultural. Facilitar a la población en general y a los profesionales de la salud del país, el acceso a servicios y contenidos de salud a distancia, que permitan mejorar el nivel del bienestar de la población, integrando a los diversos actores que intervienen en la atención de la salud. Promover el desarrollo y competitividad de las pequeñas y medianas empresas, en sus actividades dentro y fuera del país, a través de los medios electrónicos y las oportunidades de negocios que existen en la nueva economía digital. Garantizar los mecanismos jurídicos, la regulación y aspectos tarifarios, en condiciones de certidumbre, transparencia y seguridad para asegurar el Derecho a la intimidad y la informática de los usuarios, así como de los valores sociales y éticos de los mexicanos.”

Finalmente, como se ha podido observar en los párrafos anteriores, la evolución de la TIC’s en el área de la educación y la investigación es sumamente importante para el desarrollo competitivo, específicamente para el área jurídica que si bien su inclusión ha sido con pies de plomo, ha representado un eslabón de suma importancia para la investigación.

3. Conclusiones

Queda asentado, que la investigación en general ha ido evolucionando constantemente, y la investigación jurídica no puede quedarse al margen de ello, si bien, en México a través de los años ha venido evolucionando, lo ha hecho lentamente, adaptándose al quehacer diario de lo acontecido en nuestro país y a nivel mundial, pero las decisiones que a partir de los resultados evidenciados por la investigación jurídica deben ser respaldadas con métodos, técnicas y tecnologías ad hoc a las necesidades del día cotidiano.

Finalmente, es importante recalcar que actualmente no puede realizarse una investigación, sin dejar de lado la parte científica y/o tecnológica, pues ello implica, no sólo hacer uso de los métodos y técnicas que en la ciencia jurídica existen, sino además de hacer uso de los nuevos sistemas de información digitales existentes en la actualidad; para que en conjunto con otras ciencias se puedan plantear soluciones reales, o por lo menos, más cercanas a la realidad.

Referencias Bibliográficas

Álvarez, Undurraga Gabriel. (2004). Importancia de la metodología de la investigación jurídica en la formación del abogado. México.

Cobo, Romaní, Juan Cristóbal. (2009). El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento. Vol. 14 No. 27. México

García, Gabriel & Medina, Miguel Angel. (2009). Competitividad y Marco Regulatorio en la Aduana Marítima Mexicana. Morelia, Michoacán, México.

Fix-Zamudio, Héctor. (2001). Investigación jurídica, Nuevo Diccionario Jurídico Mexicano. UNAM-Porrúa, México.

Kelsen, Hans. (1983). Teoría pura del derecho. Trad. de Roberto Venengo. UNAM, México.

López, Miguel. (2007). La investigación jurídica en México. Temas, técnicas y redacción. UNAM, México.

Secretaría de Comunicaciones y Transportes. (2002). www.sct.gob.mx.

Witker, Jorge. (2008). Hacia una investigación jurídica integrativa. Boletín Mexicano de Derecho Comparado. 122, 943-964.

Witker, Jorge & Larios, Rogelio. (1997). Metodología jurídica. Edit. Mc Graw Hill. UNAM, México.

CONSULTA DE CALIFICACIONES A TRAVÉS DE UNA APLICACIÓN MÓVIL EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NAYARIT

Juan Marcos Rivera Barajas juanmarcosrb@hotmail.com
Universidad Autónoma de Nayarit

Marco Vinicio Aguayo Mora mvaguayo@hotmail.com
Universidad Autónoma de Nayarit

Jorge Hammurabi López Murillo jorgehammurabi@hotmail.com
Universidad Autónoma de Nayarit

Resumen:

Se pretende desarrollar una aplicación para un dispositivo móvil que permita la consulta de calificaciones en la Universidad Autónoma de Nayarit, la cual facilite y agilice la labor de los alumnos que hacen las consultas de sus respectivas calificaciones al departamento de control escolar, y/o permita bajar los costos en la implementación de kioscos informativos, se pretende con esto, el acceso desde cualquier ubicación, utilizando su teléfono celular o dispositivo móvil, ya que el uso de la tecnología móvil va en aumento.

Palabras Clave: Cómputo Móvil, Base de Datos, Ingeniería de Software.

Abstract:

To develop an application for a mobile device that allows for consultation of qualifications in the Autonomous University of Nayarit, which facilitate and expedite the work of the students who make inquiries of their respective grades at the school control department, and / or permits lower costs in the implementation of information kiosks, is intended by this, access from any location using your cell phone or mobile device, since the use of mobile technology is increasing.

Key words: Mobile Computing, Databases, Software Engineering.

Generalidades

La era informática, los cambios tecnológicos, la sistematización de la información y la necesidad de obtener información veraz, oportuna y en tiempo real, han generado o llevado a cambios en los sistemas de almacenamiento de datos al igual que en su captura, por tanto con este proyecto se pretende desarrollar una aplicación para un dispositivo móvil que permita la consulta de calificaciones de la Universidad Autónoma de Nayarit, la cual facilite y agilice la labor de los alumnos que hacen las consultas de sus respectivas calificaciones al departamento de control escolar, y/o permita bajar los costos en la implementación de kioscos informativos, se pretende con esto, el acceso desde cualquier ubicación, utilizando su teléfono celular o dispositivo móvil, ya que el uso de la tecnología móvil va en aumento.

La aplicación se conectará a la base de datos del departamento de control escolar, extrayendo los datos solicitados de parte del alumno, cuya finalidad será la de consultar sus calificaciones o estatus académico. Con ello se pretende ahorrar en costos derivados de la implementación de kioscos informativos para tal consulta, así mismo, en tiempos o lugares de acceso a la información, ya que actualmente para consultar calificaciones forzosamente se tiene que hacer en el departamento de control escolar.

Objetivo General

Desarrollar una aplicación para un dispositivo móvil que permita la consulta de calificaciones de la Universidad Autónoma de Nayarit, por parte de los alumnos, docentes e incluso padres de familia.

Objetivos específicos

- Instalar el software en todos los dispositivos
- Capacitar a los alumnos, docentes e incluso padres de familia sobre el manejo de la aplicación para la consulta de calificaciones y/o estatus académico
- Socializar la aplicación con los docentes tutores.

Logros

- Sistematización de datos simultáneamente con la ejecución de acciones
- Disminuir el tiempo para la generación de informes
- Estar a la vanguardia tecnológica en la captura, almacenamiento, procesamiento y manejo de la información.

Beneficios

- Acceso más rápido y fácil a la información.
- Ahorro tiempo y dinero en la consulta de información, sobre todo, comparándolo con kioscos informativos.
- Ahorro de espacio físico, dado que ya no se requiere almacenamiento de formatos.

Propuesta Metodológica

El desarrollo de aplicaciones destinadas a dispositivos móviles, desde el punto de vista de la Ingeniería del Software, no difiere sustancialmente de los pasos a dar cuando se construyen aplicaciones para ordenadores de sobremesa o estaciones de trabajo. Así, es posible establecer los siguientes pasos previos:

- **Análisis de requerimientos.** El analista deberá determinar, normalmente con varias entrevistas con los usuarios, las necesidades que estos tienen y los requerimientos que se les pedirán a la aplicación. Por ejemplo, en el caso del análisis para una aplicación que se ejecutará en un dispositivo móvil, algunos de estos requerimientos generales pueden ser la facilidad de uso, que se pueda ejecutar en teléfonos móviles, PDAs y paginadores, que permita una conexión a una entidad mayor para obtener datos actualizados o devolver otros, además de identificar cuáles son las tareas mejorables mediante la implementación de la aplicación móvil.

- **Diseño de la aplicación.** Es muy importante en este tipo de aplicaciones el crear programas separados por cada uno de los posibles usos que se le dé a la aplicación. De esta manera cada programa será más pequeño y se adaptará mucho mejor a las características de los dispositivos móviles. En la fase de implementación se tendrá que establecer un mecanismo que controle las diferentes aplicaciones.

En cuanto al diseño de la interfaz de usuario, es necesario decidir la correspondencia entre la aplicación y la pantalla. Se deben concentrar en el objetivo de la pantalla y en la tarea que permitirá llevar a cabo. En este punto, las características generales en cuanto a pantalla del dispositivo pueden

marcar claramente el tipo de diseño de interfaz: lo que en uno se puede disponer en una única pantalla, en otro se podrá necesitar varias.

El almacenamiento persistente es un aspecto a tener en cuenta en el diseño, a partir del conocimiento de cuáles son los datos que deberán sobrevivir a la finalización de la aplicación y estar disponibles para la siguiente vez que se vaya a ejecutar. Una alternativa puede ser emplear sistemas de gestión de bases de datos relacionales, en el caso de tener que almacenar un gran volumen de datos y realizar gran cantidad de accesos. Finalmente, se debe tener en cuenta dentro del diseño aspectos relacionados con la conectividad y con la entrada / salida, ya que son puntos muy importantes que van a determinar la portabilidad de la aplicación. Por tanto, en este momento se deberán tomar decisiones en un nivel de abstracción alto, que luego se concretarán cuando sea determinado claramente el tipo de dispositivo y sus prestaciones.

- **Implementación de la aplicación.** Esta etapa vendrá marcada por la elección del lenguaje, plataforma y herramientas de desarrollo. Utilizando dicha metodología, será posible analizar y distinguir cuales son los procesos, objetivos, roles y tareas realmente significativos para el grupo de trabajo de la organización y a partir de esta información, en primer lugar, qué funcionalidades debe tener la aplicación para que aporte la ventaja de su movilidad; y en segundo lugar, de qué forma será procesada la información con la aplicación móvil a la hora de realizar una tarea en concreto.

Propuestas para la sincronización de la información.

1. Sincronización por cable

Características

La base de datos móvil exportara un archivo plano, que debe ser importado por la base de datos que actualmente tiene el cliente. Es decir no se hace sincronización automática entre base de datos del dispositivo móvil y la base de datos principal.

Ventajas

- Exportación fácil y segura, se pueden verificar inmediatamente los datos exportados.

Desventajas

- El funcionario debe ir hasta la central administrativa para realizar la exportación de la información.

2. Sincronización por GPRS

Características:

Funcionario sincroniza la información por GPRS con la central administrativa

GPRS: General Packet Radio Service o en español servicio general de paquetes vía radio: Tecnología de transmisión de voz y datos a través de redes inalámbricas en terminales móviles. Transmite y recibe datos en paquetes. Algo mas avanzado que el GSM y que funciona mediante la conmutación de paquetes entre el terminal (móvil) y la antena. Permite velocidades de transferencia

de 56 a 144 kbps, todo proporcionado por el operador de red, generalmente es cobrado en base a la cantidad de kilobytes o megabytes transmitidos, GPRS se puede utilizar para servicios tales como Wireless Application Protocol (WAP) , servicio de mensajes cortos (SMS), servicio de mensajería multimedia (MMS), Internet y para los servicios de comunicación, como el correo electrónico

Ventajas

- Facilidad de sincronización en cualquier momento o lugar, por ende la información esta disponible en tiempo real

Desventajas

- Se debe buscar zona de cobertura para poder hacer la sincronización
- La información puede tener errores en el envío por algún error técnico en la comunicación, entonces es más difícil darse cuenta en el momento para corregirlo o reenviarlo.
- Más costoso el desarrollo y funcionamiento, que la propuesta anterior

3. Sincronización Web

Características:

El funcionario llena la información en un formulario Web para ser guardada en un servidor.

Ventajas

- Facilidad de sincronización en cualquier momento o lugar, por ende la información esta disponible en tiempo real

Desventajas

- Se debe buscar zona de cobertura para poder hacer la sincronización
- Más costoso el desarrollo y funcionamiento, que la propuesta 1
- En esta propuesta se debe contar con un plan de Internet y los dispositivos deberán tener la posibilidad de conexión.

NOTA: La empresa debe contar con un dominio y hosting propio que se adapte a los requerimientos de la solución o contratar su servicio.

Conclusiones

El proyecto resulta factible para su elaboración e implementación en base a la investigación y etapa de análisis. Se pretende presentar la propuesta pero con un prototipo e intentar utilizar unas pruebas como presentación.

Al desarrollar una aplicación utilizando tecnologías inalámbricas y dispositivos móviles consideramos que se mejorarían los tiempos de atención a las consultas hechas por los alumnos al departamento de control escolar, al mismo tiempo, consideramos, que los costos serían menores al compararlos con la implementación de kioscos informativos instalados para tal fin.

Por lo cual, podemos concluir que será de gran ayuda a los servicios de atención del departamento de control escolar, permitiendo acceder a la información usando la tecnología móvil, esto en virtud de que la mayoría de los alumnos cuentan con dispositivos móviles, que les permitirían acceder al servicio propuesto. Además, consideramos que comparado con la instalación de estaciones de trabajo destinadas para tal fin, sus costos de implementación serían menores.

BIBLIOGRAFÍA

Jacobson, Boch, Rumbauch. El Proceso Unificado de Desarrollo de Software. Addison Wesley, 2000

Ian Sommerville. Ingeniería de Software. Sexta edición Addison Wesley, 2002

H. Bouwman, H. de Vos, T. Haaker. Mobile Service Innovation and Business Models, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2008

W. Zhu, Factors Influencing Adoption of Mobile Computing, Issues and Trends of Information Technology Management in Contemporary Organizations, Idea Group Inc, 2002.

DotMobi Mobile Web Developer's Guide, mTLD 2007.

INNOVACIÓN EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN LA MODALIDAD A DISTANCIA, APOYADO EN EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

M. en I.S. Ma. de Lourdes Hernández Prieto lulahp2003@yahoo.com.mx
Universidad Autónoma del Estado de México
M. en Ed. Felisa Yaerim López Botello fely_yaerim@hotmail.com
Universidad Autónoma del Estado de México
M. en A. Leticia Carolina Cortés López carocort@hotmail.com
Universidad Autónoma del Estado de México

RESUMEN

Cuando se pretende transmitir un conocimiento, existen diversas formas de realizarlo, si se conocen las formas en las que el discente aprende, se utilizan diferentes técnicas para llevar a cabo dicha transmisión.

En diversas ocasiones este trabajo, pierde su sentido cuando la pasión, entrega, amor, la preocupación por el discente pasa a un segundo o tercer término y llega a presentarse como un trabajo automático. No importando las herramientas o técnicas, vivenciales o de tecnología que se puedan utilizar para ello.

En la educación presencial, se pueden implementar múltiples acciones para que el conocimiento se fije en la memoria, técnicas que ayudan a fijar el conocimiento mediante un proceso que implique la razón.

En la Educación a Distancia, se puede utilizar herramientas similares, técnicas para la transmisión del conocimiento, siendo que en la actualidad, se cuenta con un poco de capacitación hacia el docente que le permite este manejo de la tecnología, para dar respuesta a esta demanda educativa, convirtiéndose en un compromiso social con el entorno. La UAEM (Universidad Autónoma del Estado de México), incursionó en este proceso creando la Licenciatura en Informática Administrativa en su Modalidad a Distancia (LIAD), en donde después de los tropiezos iniciales se consolida como una buena opción para estudiar a nivel superior.

Siendo que sus docentes son capacitados en las Tecnologías, en diversos tópicos de la Educación a Distancia, pero se encuentra un vacío, al analizar que puede caer también en un trabajo automatizado, sin sentido y en un caso peor sin tener el contacto de la persona. Es por ello que la propuesta de este trabajo es presentar el interés de innovar la forma de enseñanza en esta modalidad, incursionando en la vivencia, actualización y sentido de los Valores, como son respeto, honestidad, responsabilidad y el amor, con los que se podrán, darse cuenta el momento en el que viven, hacer consciencia de su aquí y ahora

PALABRAS CLAVE: Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), Valores, Educación a Distancia, Innovación.

ABSTRACT

When it is intended to convey a knowledge, there are several ways of doing this, if you know the ways in which the discente learn, different techniques are used to carry out such transmission. On several occasions this work, loses its meaning when passion, give, love, concern for the discente goes to a second or third term and comes to stand as an automatic job. Regardless of the tools or techniques, experiential or technology that can be used for this. Face-to-face education, can implement multiple actions so that knowledge is set in the memory techniques to help fix the knowledge through a process of reason.

In distance education, can be used similar, technical tools for the transmission of knowledge, being that it has today, with a little training to teachers that allows the management of technology, to respond to this educational demand, becoming a social commitment to the environment. The UAEM (Autonomous University of the State of Mexico), delved into this process creating the degree course in computer management in your form distance (LIAD), in where after initial setbacks it becomes a good choice to study at a higher level.

Being that its teachers are trained in the technologies, on various topics of distance education, but is a vacuum, analyze that it can also fall in an automated job, senseless and in one case worse without the person's contact. For this reason the proposal of this work is presenting interest to innovate the form of education in this mode, entering the playing experience, updating and sense of values, such as respect, honesty, responsibility and love, that is may be the moment in which they live, making consciousness of the here and now.

Keywords: Information and communication (ICT), values, distance education, innovation technologies.

INTRODUCCIÓN

Dentro de la educación, se ha pasado por diferentes etapas las cuales han variado básicamente las herramientas de apoyo para la enseñanza. Si se realizara un recuento de dichos apoyos, siempre existe el discente y el docente, un medio por el cual se transmite el conocimiento y una evaluación o la experimentación del aprendizaje.

¿Qué ha cambiado en el proceso enseñanza – aprendizaje?, los medios por los cuales se transmite el conocimiento, es decir, en un principio, era la transmisión solamente verbal, reflexiva,

posteriormente, el papel hace su aparición y los libros son un medio que actualmente es socorrido para el estudio, elementos de apoyo como calculadoras, máquinas de escribir, ayudaron a poner el estudio y aprendizaje en otro nivel más atractivo, sin embargo el avance de la tecnología nos lleva al manejo de TIC, que son las Tecnologías de Información y Comunicación, estas son el parte aguas de cómo se puede enseñar actualmente.

La tecnología tiene un crecimiento a pasos agigantados, con los cuales, no solamente es importante conocer, que nuevas herramientas son nuevas para el apoyo a las clases de los docentes que en algunos casos luchan contra este avance tecnológico, resistiéndose al cambio.

Dicho cambio es normal, la resistencia a cambiar las costumbres y áreas de confort es natural, pero tiene serios inconvenientes si no se asume con responsabilidad este cambio tecnológico, el cual puede ocasionar retraso, rechazo o desventaja ante otros profesionistas que asumen el reto de aprender o mejor dicho reaprender la forma de cómo transmitir los conocimientos a los estudiantes del día de hoy.

Es más preocupante el analizar, cuantos docentes, utilizan la tecnología y han dejado de ver el producto final, el cual no es la tecnología, ni es la enseñanza, es el alumno, ocasiona una completa despersonalización, por utilizar la tecnología como un fin para la enseñanza. Grave error!!!..la tecnología es un “medio” por el cual enviamos a una “persona” cierta información que evaluará en su momento.

Pero, ¿entonces la tecnología y las innovaciones tecnológicas no sirven para la educación?, Francamente es todo lo contrario, estimulan, apoyan y sirven para proporcionar este conocimiento, pero al utilizarse como fin se pierde el objetivo fundamental que es la comunicación entre personas.

Este trabajo pretende, ubicar a los actores del proceso de enseñanza - aprendizaje, en un papel de colaboración de interés mutuo, con apoyo tecnológico, sin perderse y olvidar que ante todo son seres con valores que conviven en el mismo entorno social.

HERRAMIENTAS Y RECURSOS DIDACTICOS EN EL AULA PRESENCIAL

En esta sección se hablará de múltiples autores los cuales, se han dedicado realmente a dar a conocer el uso de las herramientas para propiciar un mejor aprendizaje en el discente, autores como Frida Díaz Barriga que enriquece con su forma de cómo ayudar a desarrollar las competencias en los alumnos, también personajes del viejo continente que tienen trabajos relevantes, como lo son García Aretio, o Moreno Herrero quienes estando en diversas universidades como la Complutense de

Madrid, proporcionan los diversos tópicos desde el análisis de cuáles son los medios y recursos didácticos, ver figura 1.

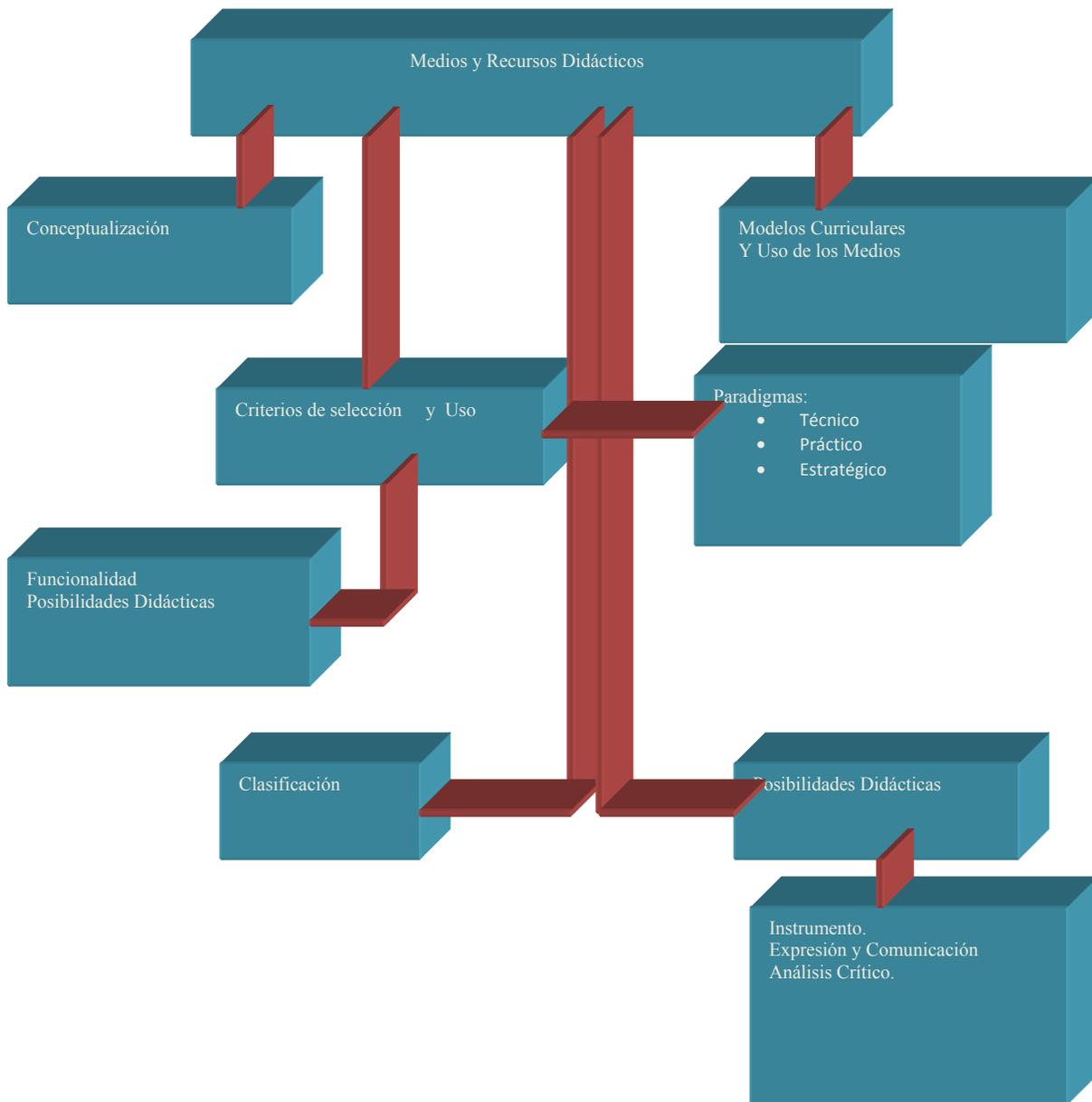


Figura 1. Medios y Recursos Didácticos. Moreno (2004) modificado

La forma en cómo habla de establecer el concepto de estas herramientas, los modelos curriculares, e inclusive propone diferentes paradigmas como el paradigma técnico que se refiere a como se realiza la organización del conocimiento es decir el concepto a enseñar, el paradigmas práctico en el cual basado de una metodología le permite el uso de diferentes materiales para transmitir el concepto y

finalmente propone un paradigma estratégico donde se pretende llegar a un análisis crítico del concepto para transformar el estado actual. Ver figura 2.

	TÉCNICO	PRÁCTICO	ESTRATÉGICO
Sobre el uso	Reproductor	Interpretativo	Crítico
Sobre la práctica	Papel reproductor y ejecutor de las orientaciones que llegan diseñadas.	Diseños abiertos que tienen en cuenta la realidad. Utilización recursiva de los medios. Reflexión sobre la práctica.	Utilización de los medios como elementos de análisis y reflexión sobre la práctica.
Sobre los fines	Logro de objetivos de conducta.	Importancia de los procesos.	Cauces para modificar códigos y eliminar diferencias sociales y culturales.
Sobre la realidad	Escasa adecuación	Análisis de la realidad para dar significado a las situaciones.	Análisis crítico para transformar la realidad.

Figura 2. Síntesis de paradigmas. Moreno (2004)

Establece ciertos criterios, en los cuales coinciden otros autores, pero básicamente, podemos decir que en la práctica docente presencial podemos utilizar los medios que tengamos al alcance, siendo el pizarrón el material didáctico por excelencia como lo dice Frida Díaz Barriga hasta las tecnologías más sofisticadas de tercera o cuarta dimensión, considerando medios en una sencilla clasificación donde coloca al instrumento y recurso en una sola sección, recurso de expresión y comunicación en segundo, terminando con un análisis crítico de la información, así como Moreno, en su preocupación por aclarar estos recursos educativos, la tecnología, ha venido a proveer esa facilidad de transmisión de conceptos, conocimientos o experiencias.

FUNDAMENTACIÓN DEL MODELO EDUCATIVO Y ADMINISTRATIVO A DISTANCIA DE LA UAEM

Antecedentes Institucionales

Hoy en día, y después de revisar las tendencias históricas de la educación superior en México, donde las Instituciones de Educación Superior se encuentran con una vertiginosa influencia de los entornos virtuales dentro de la sociedad del conocimiento, surgen una diversidad de medios y formatos para

formar a sus estudiantes incorporando las TIC para mantenerse a la vanguardia en educación, atender la creciente demanda de servicios educativos y aumentar su cobertura sin un aumento significativo en su infraestructura física, por lo que las modalidades educativa abierta y a distancia brindan la posibilidad de dar atención a un sector de la población que no tiene oportunidad de asistir al sistema escolarizado tradicional dado sus compromisos laborales o familiares o de su lugar de residencia.

En octubre de 2004 se crea la Dirección General de Educación Continua y a Distancia, con el objetivo de “desarrollar estrategias, programas y acciones para el diseño y desarrollo de modelos educativos orientados a fortalecer los procesos de formación y educación continua de la UAEM, mediante la incorporación de nuevas metodologías educativas que propicien el aprendizaje crítico y reflexivo del conocimiento, así como de tecnología de punta; que permita ampliar y diversificar la cobertura educativa, a efecto de ponerla al alcance de todos los sectores de la sociedad” (Gaceta Universitaria, 2004).

Sin embargo, la insuficiencia de referentes históricos en estos aspectos, generan algunos problemas institucionales como: la falta de una base conceptual epistemológica acerca de la modalidad educativa a distancia, la falta de un cuerpo docente formado o actualizado en la modalidad, que pueda desarrollar las funciones fundamentales que se requieren, y la falta de promoción de los programas educativos en esta modalidad. De ahí, la necesidad de contar con un modelo de educación a distancia apropiado a la realidad de la Universidad Autónoma del Estado de México.

La vida social y cultural en donde está inmersa la educación en todos sus niveles, experimenta en las últimas dos décadas un desarrollo inusual en las tecnologías, ya que ciencia, economía, educación, política entre otras áreas y disciplinas, basan sus prácticas en la información; de ahí que se hable de una nueva era: la era de la información para trascender a la sociedad del conocimiento. En cuanto al aspecto tecnológico, el uso de las TIC ofrecen versatilidad y universalidad, necesarias para las nuevas formas de enseñanza-aprendizaje. En este sentido es necesario que estudiantes y docentes hagan uso de éstas en las diferentes modalidades educativas.

Ante tal realidad, el país necesita prestar atención a la educación media superior y superior –más de la que hasta el momento se le brinda-, a efecto de hacer frente a los desafíos de la nueva sociedad del conocimiento.

Se puede augurar que “la universidad tradicional coexistirá con los innovadores modelos educativos, en donde la educación será entendida como un proceso integral sin limitaciones de tiempo, espacio y edad, atendiendo las demandas sociales, culturales y profesionales, orientados a la búsqueda de la equidad, pertinencia y calidad en la educación para la vida” (SEP,2001).

En el principal marco normativo de la institución, —*Ley de la Universidad Autónoma del Estado de México*, aprobada por Decreto numero 62 de la H. LI Legislatura del Estado de México, de fecha 27 de febrero de 1992; publicada en la “Gaceta de Gobierno” el 3 de marzo de 1992 — , se reconoce a la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM) como una institución pública y autónoma, de acuerdo con lo señalado en la fracción VII del artículo 3º. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, máximo ordenamiento jurídico institucional que le faculta para determinar sus *planes y programas educativos* y le capacita para *ofrecer educación en diversas modalidades*.

En la fracción III del artículo 2º de la Ley de la UAEM se establece, como una de sus atribuciones, “*Organizar, desarrollar e impulsar la impartición de educación media superior y superior, en todas sus modalidades*”. Asimismo, en el artículo 6º de dicho ordenamiento, se establece que, “Para el adecuado cumplimiento de su objeto y fines, la Universidad adoptará las formas y modalidades de organización y funcionamiento de su academia, gobierno y administración, que considere convenientes”.

En este sentido, el Reglamento de Facultades y Escuelas Profesionales, en el Título Tercero, Capítulo IX; así como en el Título Cuarto, Capítulo IX; se estipula lo referente a la licenciatura y el posgrado no escolarizado, respectivamente, los cuales se regirán por las disposiciones contenidas en los títulos y capítulos referidos y por las que se señalen en los reglamentos internos respectivos de los organismos académicos que ofrezcan ese tipo de estudios. Ante este marco normativo, la UAEM asume el compromiso de planear y diversificar las oportunidades de acceso a la educación, así como el principio de equidad con base en lo señalado en la Ley General de Educación.

El *Plan Rector de Desarrollo Institucional (PRDI 2001-2005)* enfatiza: la diversificación de modalidades educativas se desarrolla a nivel mundial como resultado de las demandas de educación

media y superior de aquellos sectores de la población que no pueden asistir a los centros de estudio por cuestiones de trabajo, salud, familiares o de residencia, en los tiempos y espacios señalados por sistemas escolarizados. De ahí la pertinencia de las modalidades no escolarizadas que se ofrecen como “una respuesta a demandas sociales en cuanto a cobertura y oportunidades que la educación presencial no puede atender, dadas las características de rigidez en los planes de estudios, no sólo en su diseño curricular sino también en la demanda del estudiante por asistir en un determinado tiempo y lugar para el acceso a estudios universitarios”. (PRDI, 2001).

El proceso de innovación ha dado como resultado que los 61 planes de estudios del nivel superior que se ofrecen en la Institución, se sustenten en el modelo educativo y administrativo a distancia y posibiliten condiciones más favorables para el desarrollo y apertura de proyectos educativos a distancia.

El *Plan General de Desarrollo Institucional 2009-2021*, en el apartado Tecnologías de Información y Educación Virtual cita en el apartado sobre tecnologías de información y educación virtual: “Un elemento central de la estrategia en materia educativa será iniciar en la UAEM un proceso claro de transformación para convertirse en una universidad digital, que implicará, entre otras cosas, incorporar las TIC a la docencia, la investigación, la difusión cultural, la extensión y la gestión; utilizar cotidianamente plataformas de software educativo; proporcionar infraestructura tecnológica compartida; disponer de esquemas de educación virtual apoyados en la implantación de sistemas modernos de gestión de contenidos de aprendizaje que incluyan, entre otros componentes, repositorios de objetos de aprendizaje (como cursos y conferencias digitales) y herramientas de autor, de publicación y de colaboración, detallados en la fase de especificación técnica del proyecto”. (Romero, 2010)

Debido a las necesidades detectadas se crea la Licenciatura en Informática Administrativa en la modalidad a distancia que sería punta de lanza para la UAEM en esta modalidad, siendo aprobada por el H.H. Consejo Universitario en junio de 2006, con la cual se colocaba en la lista de las universidades que cubrían esta necesidad del entorno social.

EDUCACIÓN A DISTANCIA Y UN MODELO EDUCATIVO

El conocimiento de los modelos educativos permite a los docentes tener un panorama de cómo se elaboran los programas, de cómo operan y cuáles son los elementos que desempeñan un papel determinante en un programa o en una planeación didáctica. Estos modelos son percibidos como un patrón conceptual que permiten esquematizar de forma clara y sintética las partes y los elementos de un programa de estudios.

Además es importante mencionar que varían según el periodo histórico en que aparecen y tienen vigencia, en el grado de complejidad, en el tipo y número de partes que presentan, así como en el énfasis que ponen los autores en algunos de los componentes o en las relaciones de sus elementos.

En la actualidad, el modelo educativo tradicional se refiere a la elaboración de un programa de estudios, en el que no son indispensables las características de la estudiante ni necesaria la intervención de los especialistas.(Hernández 2010) ver fig. 3.

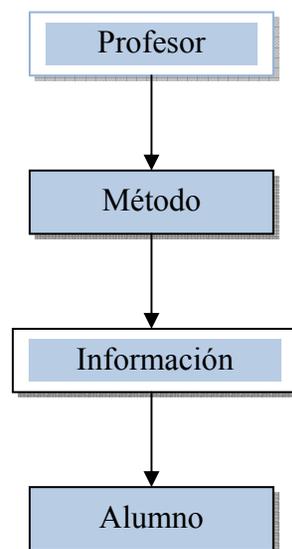


Fig. 3. Modelo Educativo Tradicional (Hernández 2010)

Si bien esta propuesta de modelo surge a raíz del cambio que se han tenido en las tecnologías así como en la innovación que presenta en los diferentes espacios donde es evaluada, probada y aceptada finalmente.

Hernández (2010) realiza un proceso interesante de recopilación de las diferentes tecnologías que fueron finalmente las bases de la educación a distancia (aunque en su trabajo no sea expresado claramente) dicha recopilación va desde la imprenta y el servicio postal hasta la creación de la

licenciaturas en la UAEM, nombrándola como la evolución de las TIC en la educación a distancia. De la cual solo se muestra inicio y final de dicha recopilación. Ver tabla 1.

TECNOLOGÍAS	AÑO	INSTITUCIÓN	CARACTERÍSTICAS	IMPULSORES
Imprenta y Servicio Postal	1680 ...		Textos, reproducción de clases, surge el tutor, especialidades por correspondencia.	Universidad Cambridge, el Skerry's College, la Universidad de Londres. En Berlín el Instituto de Lenguas Extranjeras
	1990	Red de Investigación en Innovación Educativa del Noreste de México (REDIEN).	Conferencia internacional en Tecnología e Innovación Educativa	México
	2007	Universidad Autónoma del Estado de México.(UAEM) Facultad de Contaduría y Administración y el Centro Universitario Valle de México	Licenciatura de Informática Administrativa en su modalidad a Distancia	México
	2009	ECODES	Oferta de diferentes carreras a nivel país, en la modalidad a distancia	México

Tabla 1. Evolución de las TIC en la Educación a Distancia. (Hernández 2010 modificado por autor)

PROPUESTA DE INNOVACIÓN EDUCATIVA EN CUATRO VALORES

La innovación en la educación se viene dando, en la adecuación de los planes de estudio para las nuevas generaciones, en que la educación propicie, habilidades, aptitudes y actitudes; que la educación logre el saber ser, saber hacer; la educación debe de propiciar o estar basada en competencias, que sean adecuadas y aptas para el momento que se vive y así el alumno obtendrá competencias de trabajo; la educación debe estar basada y/o apoyada dependiendo del caso en las Tecnologías de Información y Comunicación.

Aunque todo lo dicho anterior se ha venido desarrollando en una u otra manera, pareciera que se ha olvidado un pequeño detalle, que cuando el docente toma como fin la tecnología para la enseñanza se llega a perder, cuando se disuelve el valor o sentido de la enseñanza, cuando el docente inicia un trabajo día a día mecanizado, automáticamente realiza una rutina, prepara contenidos, responde correos, asigna actividades, etc. Llega a olvidarse de quien es el receptor del conocimiento, dejando al discente aislado, existiendo solo una comunicación por vía electrónica si es que esta es enviada a tiempo o con cierta frecuencia, en caso contrario hasta el final del curso se vuelve a saber del docente y es cuando asigna una evaluación que puede o no ser agradable al discente.

Aunque el docente cumple con su responsabilidad y es honrado en su proceder, se tiene una falta de respeto a sumisión pues ese trabajo en equipo el cual es convertido en el valor del amor, al perder

sin importar quien está del otro lado de la tecnología, quien está del otro lado frío de conexión de una computadora.

Innovar no siempre es en cosas materiales, podemos innovarnos como personas y retomar lo que es nuestra esencia “seres humanos”, ubicados en el instante que se vive, se pretende que la innovación o mejor dicho el renovar la práctica docente en este aspecto se pueda lograr mediante taller donde se haga consciente al docente de su aquí y ahora, retomando su humanidad, atención, vocación. Hernández (2010) tiene un término para la conjugación entre la tecnología y los valores la cual concibe como Humanismo Digital, basándose en el modelo de la comunicación cibernética y englobado las tecnologías con los valores.

CONCLUSIÓN

La preocupación porque el discente aprenda es constante en las diferentes etapas de la humanidad, haya sido proporcionado el conocimiento de manera verbal como en los antiguos griegos, o enviada vía una red social, es tema de estudio que se logre el objetivo enseñar. Sacrificando en ocasiones al individuo como ser humano y ser tratado como un número más y no como un ser sin parangón y único sobre la faz de la tierra.

Como interés para mejora se comenta que solamente en están reflexión y propuesta se analizó el caso de docente a discente, faltando hacer la reflexión, con un grupo piloto para analizar los sentires, haberes y devenires de los que están recibiendo esa enseñanza, ese conocimiento frío y sin intención de mejorar a la persona, a la esencia, que al final de cuentas es realmente lo que tiene valor, no el título nobiliario, el grado académico, las distinciones populares, sino la grandeza que un docente puede engendrar en un discente que se sabe escuchado, atendido, respetado, incluido en este caminar de la sabiduría, y sobre todo se sabe único, deja de ser un número dado por la tecnología a ser eso precisamente “SER”. Desearía que todos tengamos algunos docentes que realmente nos hagan descubrir nuestra esencia.

Esperando que esta reflexión sea de beneficio para hacer un alto en el revolucionado mundo de las tecnologías y que se recuerde que detrás de una tecnología siempre existe un ser humano, el cual se puede engrandecer o minimizar dependiendo del mensaje intrínseco que se tiene con la transmisión del conocimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ALANIS, A. (2000). *Formación de formadores*. México: Trillas.
2. ANUIES. (2004). *Elementos normativos a considerar para los programas de educación superior impartidos en modalidades alternativas a la escolarizada. Una propuesta de la ANUIES*, México.
3. BATES, A.W. (1993). "Theory and practice in the use of technology in distance education". En: KEEGAN, D (Ed.). *Theoretical principles of distance education*. Londres I Nueva York: Routledge.; (consulta 29 de marzo de 2009).
4. CARDONA O. G. (2009) El impacto que han tenido las TIC en la educación., <http://www.rangea.org/peremarciues/siyedu.htm> (consultado el 11 de abril de 2009)
5. CASTANEDO C. (2005) Psicología Humanística norteamericana, México, Herder Pág. 23-34.
6. CHARLES S. Encuentro Internacional de Educación a Distancia (27-30 de noviembre de 2001. Guadalajara, México) <http://www.uoc.edu/web/esri/art/uoc/sicja/eso/O2/sicja/eso/02.html> (Consultado 11 de abril de 2009).
7. COLL, C., (1990). *Un Marco de referencia psicológico para la educación escolar. La concepción constructivista del aprendizaje y de la enseñanza*, en Marchesi, Coll y Palacios (Compiladores), Desarrollo psicológico y educación II. Psicología de la Educación. Madrid: Alianza.
8. GACETA UNIVERSITARIA, UAEM. (2004). Edición extraordinaria, 5 de octubre de 2004, Toluca, México.
9. GARCIA A. L. (2001), *La educación a distancia, De la teoría a la practica*, México, Ariel Educación, 1° ed.
10. HABERMAS, J. (1988). *Teoría de la acción comunicativa: Complementos y estudios previos*. Rie:México, 369-395.
11. HERNÁNDEZ P.M.L. (2010), IV Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad. Jalisco, México.
12. HERNÁNDEZ P.M.L. (2010). 1er Congreso Internacional de Competitividad Organizacional. Memorias.
13. MARTIN, B. y BRAMBLE, W. (1996). *Designing an Effective Video Teletraining Instruction: The Florida Teletraining Project. Educational Technology Research and Development*, 44, 1, 85 – 99. SEP (2001). *Programa Nacional de Educación 2001-2006*, SEP. p. 188.
14. MIKLOS T., ARROYO M., (2009), Una Visión Prospectiva de la Educación a Distancia en América Latina Revista innovación Educativa, vol.8 Núm. 42 Enero-marzo 2008. IPN pag 5-17.
15. MORENO.H.I. (2004). *La utilización de medios y recursos didácticos en el aula*. Facultad de educación. Universidad Complutense de Madrid. España .
16. ROMERO R. A. (2010). XIII Congreso Internacional sobre Innovaciones en Docencia e Investigación en ciencias Económico Administrativas. Memorias .
17. TERÁN P. D. M. (2008) .Programa de doctorado en educación. Línea:formación docente y prácticas institucionales.Universidad Pedagógica Nacional junio (pag 70-73)
18. UAEM (2007). Programa Educativo de la Licenciatura Informática Administrativa Modalidad a Distancia.

19. UAEM (2009), Portal Servicios Educativo (SEDUCA) de la UAEM, <http://www.seduca2.uaemex.mx/UAEM>. (2002). *Bases para el modelo de innovación curricular de la UAEM*, Programa Institucional de Innovación Curricular. Secretaría de Docencia, Coordinación General de Estudios Superiores. UAEM. (2003). *Bachillerato Universitario*. Toluca, México. p. 15.
20. UAEM (2005). *Plan Rector de Desarrollo Institucional 2005-2009*. Toluca, Estado de México.
21. UAEM (2009). *Plan General de Desarrollo Institucional 2009-2021*. Toluca, Estado de México.
22. UAEM (2009). Portal de servicios educativos SEDUCA2® . Toluca, Estado de México UAEM.
23. UAEM (2010). *Diplomado Docencia y Aprendizaje en Ambientes Virtuales (DAAV)*. Dirección de Educación Continua y a Distancia

TECNOLOGIA VERDE: UNA PROPUESTA PARA UN MUNDO SUSTENTABLE

Rosalba Cervantes Meza li_rcervantesm@yahoo.com.mx Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Bruno Ramos Ortiz bruno78_ramos@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

En una época marcada por el ahorro y la eficiencia energética resulta imprescindible estar al tanto de todas las iniciativas que surgen para contrarrestar los altos niveles de dependencia de las tecnologías y los recursos computacionales, lo que brinda la posibilidad de migrar gradualmente a otras tecnologías más ‘verdes’. La Tecnología verde o Green IT, permite a las organizaciones hacer un uso más eficiente y racional de sus recursos tecnológicos y disminuir costos, al tiempo que se adoptan tecnologías y métodos de trabajo más respetuosos con el medio ambiente.

Palabras clave: Tecnología verde, medio ambiente, eficiencia, ahorro energético, virtualización.

Abstract:

In an era marked by energy saving and efficiency is essential to be aware of all the initiatives that emerge to counter the high levels of dependence on the technologies and computing resources, providing the ability to migrate gradually to other ‘more green technologies’. Green IT enables organizations to make a more rational and efficient use of their technological resources and reduce costs while adopting technologies and working methods more respectful of the environment.

Key words: Green IT, environment, efficiency, energy saving, virtualization,

INTRODUCCIÓN

La tecnología es uno de los aspectos que distinguen a los seres humanos del resto de los seres vivos, y que últimamente ha configurado cada vez más al mundo en que vivimos. Desde tiempos prehistóricos, el hombre ha utilizado sus conocimientos para fabricar herramientas y máquinas para servir a sus propósitos, desde la rueda hasta la computadora. Algunos expertos alaban la Tecnología como el fundamento de toda prosperidad, pero creen que debieran exigirse ciertas restricciones a su desarrollo. Otros en cambio, la condenan como la causa del masivo daño al medio ambiente, y hacen un llamado a la imposición de controles estrictos. La verdad no puede inclinarse hacia un solo lado dejando al otro excluyente. La tecnología ha ayudado a generar riqueza a gran parte del mundo, sin embargo ha sido el instrumento de mucho daño ocasionado al planeta y a la vida sobre él. Pero en sí misma, la tecnología juega una posición neutral: es decir, el efecto positivo o negativo dependerá indiscutiblemente del uso que nosotros hagamos con ella.

A medida que nuestros conocimientos científicos y nuestra manera de ponerlos en práctica, aumentan aceleradamente, debemos hacer una reflexión para plantearnos dos preguntas: ¿Tecnología para qué? y ¿Tecnología para quién? Todo depende de las respuestas que se brinden. El propósito de la tecnología debería ser el desarrollo y no la destrucción, para beneficiar a la humanidad como una sinergia en lugar de promocionar el crecimiento económico a toda costa, discriminando o ignorando el respaldo y sustento de los servicios vitales provistos por un planeta sano.

Para ello, un factor clave es asegurar que la tecnología sea apropiada, que confiera poderes de decisión a la gente que la utiliza, y que esté diseñada para fomentar el desarrollo sostenible y amigable, al mismo tiempo que salvaguarde la Tierra y sus sistemas naturales siendo la respuesta a este problema lo que se le conoce como “Tecnología verde”.

Las Tecnologías Verdes o Green IT se refieren al uso eficiente de los recursos computacionales minimizando el impacto ambiental, maximizando su viabilidad económica y asegurando deberes sociales. El término no sólo identifica a las principales tecnologías consumidoras de energía y productores de desperdicios ambientales sino que ofrece el desarrollo de productos informáticos ecológicos y promueve el reciclaje computacional.

Las tecnologías de la información y de la comunicación son hoy una pieza fundamental en la lucha contra el cambio climático y la sustentabilidad del planeta. Es obligación, por lo tanto, de nuestra generación restablecer el equilibrio y concentrar tanto los recursos como los esfuerzos en el desarrollo de tecnologías verdes adecuadas a nuestra época, influyendo y transformando el modo de funcionamiento de la sociedad en su conjunto, los hábitos de trabajo, las relaciones sociales y facilitando la reducción del consumo desmesurado de materias primas y energía al promover una cultura de conservación ambiental.

LA TECNOLOGIA VERDE

La tecnología que actualmente se está desarrollando, está centrada en servir como una herramienta que siga facilitando la vida de los individuos, pero cuidando en no afectar la integridad del medio ambiente.

Por lo tanto, lo que se busca es producir aparatos, dispositivos y equipos que consuman menos energía o que utilicen energías alternativas. Este es el gran reto de las grandes marcas que desarrollan y fabrican diferentes tipos de artículos tecnológicos como Samsung, Dell, Sony, Hewlett Packard, Toshiba, Apple, Lenovo, entre otros quienes de alguna manera son los abanderados en crear y promover una cultura de conservación ambiental.

En esta era tecnológica, además de disfrutar de las ventajas y comodidades que se ofrecen casi a diario con las innovaciones creadas, se pueden encontrar formas de ayuda para tener una mejor calidad de vida, ya que al consumir a través de aparatos ahorradores de energía, apagar la luz o equipos eléctricos que no estén en funcionamiento, se cuida el planeta donde vivimos y por lo tanto las oportunidades de disfrutar de una buena calidad de vida y bienestar personal aumentan.

Es preciso decir que las condiciones actuales están dadas para que la ecología y la tecnología comiencen a trabajar en un mismo objetivo y lograr así, un desarrollo sostenible en equilibrio armonioso entre las necesidades de las personas y los recursos que nos ofrece la tierra.

Es aquí donde entra el concepto de Tecnología verde el cual nos habla del uso eficiente de los recursos tecnológicos, maximizando su vida útil y minimizando el impacto ambiental. Promoviendo

la elaboración de productos informáticos ecológicos, además del aprovechamiento de partes y piezas computacionales hacia el reciclaje.

El término de “Green IT” o Tecnología Verde comenzó a utilizarse después de que la Agencia de Protección Ambiental (EPA, por sus siglas en inglés) de los Estados Unidos desarrollara el programa de Estrella de Energía (Energy Star) en el año de 1992, diseñado para promover y reconocer la eficiencia energética de diversas tecnologías como computadoras, monitores y aires acondicionados. La EPA cuenta con una herramienta que funciona en internet con la que se puede realizar una Evaluación Ambiental de Productos Electrónicos (EPEAT) y que sirve para seleccionar y evaluar computadoras de escritorio, laptops y monitores en base a sus características ambientales. Los productos EPEAT están diseñados para reducir el consumo de energía, disminuir las actividades de mantenimiento y permitir el reciclaje de materiales incrementando su eficiencia y tiempo de vida de los productos computacionales.

El término en Latinoamérica está comenzando a tomar fuerza en dependencias ambientales mexicanas tales como la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales ([SEMARNAT](#)), la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA), el Instituto Nacional de Ecología (INE) y la Comisión Nacional para el Ahorro de Energía (CONAE) son los encargados de promover la reducción de problemas ambientales en México y son los propulsores de adoptar tecnologías verdes en las dependencias gubernamentales y privadas.

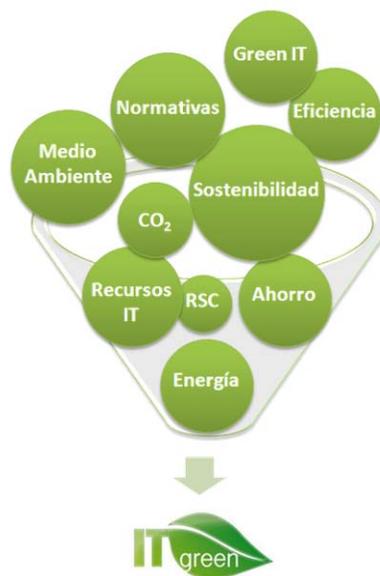


Figura 1. Conceptos de Tecnología Verde

No obstante transformar la tecnología de la información en una operación verde va más allá de la fabricación de hardware menos perjudicial. Las empresas deben buscar limpiar sus procesos y utilización de recursos.

Contaminar menos y lograr una mayor eficiencia energética son los grandes retos de la TI. Sin embargo es sorprendente ver lo poco que los departamentos de tecnología de información se han preocupado por esto. A nivel mundial: 86% de los departamentos de TI no conocen su nivel de contaminación, 20% de los departamentos de TI no ven los costos de electricidad. Un cambio en

estos aspectos podría ser de gran ayuda para el medio ambiente ya que las cuentas de TI representan el 9 % de la electricidad que se usa en el mundo.

Según el estudio ‘Green IT’ de la consultora IDC de México el 69% de las empresas consideran importante el uso de estas tecnologías pero solo un 25% de ellas están dispuestas a comprar tecnologías verdes tipo Premium. En efecto, estas tecnologías son las que ahorran más energía pero también las que más cuestan.

Una forma de poder convencer a las empresas a invertir más en este tipo de tecnología, es demostrándoles que además de ayudar a contaminar menos, también podrán ahorrar dinero a la larga ya que consumirán mucho menos energía.

Las Tecnologías verdes consisten básicamente en adaptar nuestra rutina o quehaceres diarios de modo a afectar en la menor manera posible al medioambiente. Es por esto que se recomienda a las empresas que aún no cuentan con la adopción de estas tecnologías comiencen por reciclar equipos o soluciones fundamentales para el crecimiento de la empresa, utilizando procesos básicos y conocidos desde hace años como lo es obtener el conocimiento sobre elementos de las computadoras que pueden ser reciclados o vendidos.

La tecnología verde se puede implementar dentro de una empresa por medio de cuatro vías:

- **Utilización ecológica:** a través de la reducción del consumo energético. La producción de energía eléctrica es la principal fuente de generación de gases de efecto invernadero.
- **Diseño ecológico:** incluyendo diseño de equipos más eficientes energéticamente y respetuosos con el medio ambiente.
- **Fabricación ecológica:** eliminando completamente o minimizando el impacto del proceso de fabricación en el medio ambiente (emisiones, materiales de desecho, etc.).
- **Eliminación ecológica:** una vez finalizado el período de utilización de un equipo se deben poner en marcha las estrategias denominadas tres R: reutilización y renovación de equipos y, si no son aprovechables, reciclado.



Figura 2. Objetivos de la Tecnología verde

Tecnologías Verdes

En el contexto profesional, las tecnologías verdes cubren varios dominios. La innovación y la estrategia están íntimamente ligadas, ya que la implementación de soluciones Green Computing repercute sobre el modo de organización de las empresas.

Para disminuir en la mayor cantidad posible la emisión de carbono existen diversas tecnologías verdes, y las más utilizadas son:

- **Computación en nube**

Es el término inglés que se utiliza para nombrar la tecnología que basa las aplicaciones en servicios alojados en la nube (Internet). De esta forma no dependerán del sistema operativo y nuestra PC y los datos también estarán alojados en al nube.

Computación en nube es una forma de computación distribuida que proporciona a sus usuarios la posibilidad de utilizar una amplia gama de recursos en redes de computadoras para completar su trabajo. Los recursos se escalan de forma dinámica y se proporcionan como un servicio a través de Internet. Los usuarios no necesitan conocimientos, experiencia ni control de la infraestructura tecnológica.

Al utilizar computación en nube las empresas se vuelven más ecológicas porque disminuyen su consumo de energía al incrementar su capacidad sin necesidad de invertir en más infraestructura. Además se aumenta la tasa de utilización del hardware ya que se comparten los recursos.



Figura 3. Ilustración del Cloud computing

- ***Computación en malla***

Es una tecnología innovadora que permite utilizar de forma coordinada todo tipo de recursos (entre ellos cómputo, almacenamiento y aplicaciones específicas) que no están sujetos a un control centralizado.

El término grid se refiere a una infraestructura que permite la integración y el uso colectivo de computadoras de alto rendimiento, redes y bases de datos que son propiedad y están administrados por diferentes instituciones. Puesto que la colaboración entre instituciones envuelve un intercambio de datos, o de tiempo de computación, el propósito del grid es facilitar la integración de recursos computacionales.

La computación grid ofrece muchas ventajas frente a otras tecnologías alternativas. La potencia que ofrece multitud de computadores conectados en red usando grid es prácticamente ilimitada, además de que ofrece una perfecta integración de sistemas y dispositivos heterogéneos, por lo que las conexiones entre diferentes máquinas no generarán ningún problema. Se trata de una solución altamente escalable, potente y flexible, ya que evitarán problemas de falta de recursos (cuellos de botella) y nunca queda obsoleta, debido a la posibilidad de modificar el número y características de sus componentes.

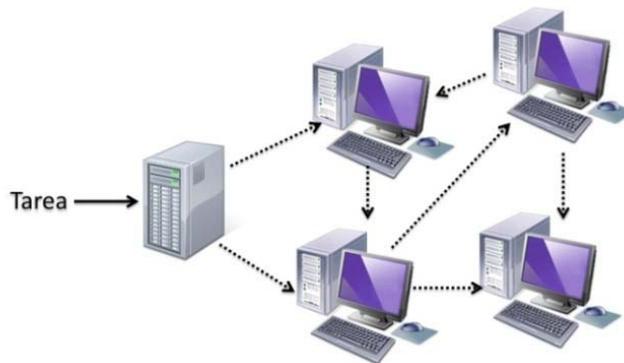


Figura 4. Diagrama de la computación en malla

- ***Virtualización***

Se refiere a la integración uniforme de sistemas heterogéneos geográficamente distribuidos. Esta tecnología permite compartir los recursos de sistemas en distintos ambientes al lograr que se ejecuten diferentes sistemas en la misma máquina física. Consiste en la utilización de un software para posibilitar que un recurso físico (hardware) pueda ejecutar múltiples máquinas virtuales aisladas, con sus correspondientes sistemas operativos simultáneamente. Tales máquinas virtuales tienen un comportamiento similar a máquinas reales independientes. Por ejemplo, múltiples “servidores virtuales” pueden ser administrados como un único servidor físico.

La consolidación de servidores a un número reducido de sistemas físicos reduce el espacio necesario y el esfuerzo de administración y los requisitos de energía y refrigeración además de permitir el apagado de sistemas sin que interfiera en la carga de trabajo.

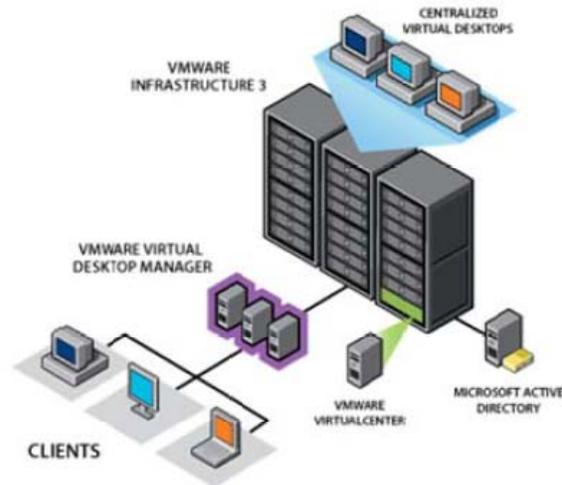


Figura 5. Diagrama de la virtualización

- **Centro de datos**

La optimización de los centros de datos o data center, es una de las soluciones que permiten hacer un uso más responsable de los grandes centros de datos como Cloud Computing y Green Computing.

Tienden a la racionalización y mejor uso de la tecnología, incluyen entre otros los siguientes puntos:

- Optimización en el uso de la energía
- Uso de materiales menos contaminantes
- Reducción sustancial del espacio físico
- Optimización en la gestión de los recursos

Las demandas energéticas de los centros de datos pueden reducirse mediante el correcto dimensionamiento de la infraestructura de TI por medio de la consolidación y la gestión dinámica de la capacidad de cálculo sobre un conjunto de servidores.

- **Tele trabajo**

El teletrabajo y teleconferencia son dos de los métodos de trabajo de manera remota que aportan grandes beneficios en cuanto a finanzas y favorecimiento del medio ambiente. Adoptando estas medidas se puede ayudar a disminuir la emisión de gases de invernadero, ya que cada vez que se realizan viajes tanto por medios aéreos como terrestres se contribuye a aumentar el consumo de

carburantes que además con el tiempo aumentan cada vez más de precio , por lo tanto se ahorran importantes cantidades de dinero destinadas a viajes. Se plantea entonces una colaboración entre las organizaciones en la cuales en cuanto sea posible se facilite la realización de conferencias remotas y se proporcionen herramientas para poder trabajar sin necesidad de realizar largos trayectos o incluso trabajar desde casa.

El desplazamiento de los escritorios hacia un entorno virtual y el empleo de máquinas de tipo cliente ligero reducen el consumo de energía y el impacto medioambiental de las infraestructuras del usuario con el cual las empresas pueden lograr un mayor control de consumo de electricidad y una disminución de los costes de mantenimiento y gestión.

- ***Reciclaje de equipos***

También tienen un impacto importante en el medio ambiente la eliminación del equipo de tecnologías de información. Teniendo en cuenta que la mayoría de esos equipos tienen un tiempo de vida relativamente corto, la cantidad de componentes tóxicos que se generan cuando estos terminan en vertederos, son una fuente directa de contaminación de la tierra y el agua, para ello se debe tener una metodología clara de reciclaje del equipo TI.

- ***Optimización del tiempo de uso de la computadora***

Computadoras y monitores consumen entre el 40% y el 60% de la energía suministrada a una oficina. Mediante técnicas de gestión de potencia este consumo se puede reducir en un alto porcentaje, ya que la mayoría de las computadoras tienen largos periodos de inactividad en la que continúan conectados y funcionando.

Las máquinas actuales ya están preparadas para funcionar cuando realmente se necesitan y no sufren tanto con los periodos de inactividad, reduciendo el consumo de CO2 a través del ciclo de vida del producto.

- ***Optimización de papel***

Una de las eco-prácticas recomendadas se basa en la centralización de los sistemas de impresión ya que consume mucho menos energía un solo equipo que varios equipos distribuidos en varios puestos de trabajo. Además de la correspondiente disminución en cuanto uso y desperdicio de material como papel, tóner y tinta. En general se pueden establecer prácticas que permitan un aprovechamiento adecuado: la desmaterialización de documentos por archivos digitales, la concientización de la verdadera necesidad de imprimir, la determinación del tiempo de conservación de documentos entre otros.

- ***Uso de materiales naturales y/o biodegradables***

Otras de las formas nuevas que se utilizan para equilibrar el medioambiente es utilizar plantas específicas e inclusive microbios para poder generar estados que permitan descontaminar un lugar específico.

Convertir los recursos es otro y tal vez principal proceso a través del cual la energía se puede efectivizar desde su estado natural. Así pues se han fabricado paneles solares, autos eléctricos que evitan el uso de combustibles fósiles para poder funcionar y hasta se tienen proyectos en donde la energía cinética es aprovechada de la fuerza de las olas de los mares para poder convertirlas en útiles para la humanidad.

Lo que se busca es producir aparatos que consuman menos energía o que utilicen energías alternativas, especialmente en los países donde se genera la electricidad en centrales eléctricas que usan como combustible base el carbón, se busca también crear materiales que sean biodegradables o de usos reciclables, que dé como resultado al fabricarlos, reducir el uso de elementos tóxicos y al final de su vida útil ya no habrá tanto problema ambiental al desecharlos y poder así también considerar la opción del reciclaje.

Celulares y portátiles cargándose al sol, baterías hechas con glucosa, pantallas OLED, televisores planos inteligentes que ahorran el 50% de consumo. Son algunos de los ejemplos de este tipo de tecnologías.

Empresas que usan tecnología verde

Citando algunos ejemplos sobre las Tecnologías Verdes en México podemos mencionar a Dell quién desarrolla programas de devolución gratuita de equipos para reciclarlos e incluso donar estos equipos ya que algunos de ellos son reutilizables en comunidades desfavorecidas.

Google tiene el compromiso de ser neutral en emisiones de CO₂, abasteciéndose energéticamente gracias a los paneles solares fotovoltaicos instalados en sus tejados y que generan más del 30% de la energía que necesita la compañía.

La empresa Apple ha lanzado una convocatoria para que todos los usuarios lleven sus computadoras viejas, teléfonos celulares y reproductores MP3 de cualquier marca a las Apple Premium Resellers para que sean reciclados. En el caso de celulares, Motorola tiene acopio y disposición final de cualquier marca de celulares y baterías. Motorola en México ha señalado que buscará pasar del desecho final al reciclaje. Movistar no cuenta con programas de acopio y reciclaje permanente en México, sólo desarrolla esporádicamente campañas de acopio. Nokia y otras empresas han formado parte de esta iniciativa, así como la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (Profepa) instalando contenedores en sus oficinas para este fin.

Intel trabaja bajo la idea de crear Tecnología sustentable y energía renovable, esta empresa utiliza procesadores que son creados para utilizar menos metales y ser más limpios en su manufactura y en su operación.

Se puede observar el caso de la empresa Sony de México, que ha implementado una serie de medidas en protección al medio ambiente, como el desarrollo de tecnología limpia, es decir, productos libres de sustancias peligrosas y 100% reciclables.

Otra de las empresas que opera en base a la Tecnología Verde es Lexmark quién bajo el esquema de Planeta Lexmark mantiene un programa de recolección de cartuchos de tinta y toner para la protección del medio ambiente y sin costo para los usuarios. Estas empresas son tan solo algunos de

los muchos ejemplos que se pueden encontrar en el mercado mexicano de las TI, mismas que fomentan la protección del medio ambiente.

Conclusiones

Aunque el principal motor de las TIC verdes es el componente económico (el ahorro de energía se traduce en ahorro de dinero), los profesionistas de las TICs debemos estar más preocupados por el enfoque social y el impacto ambiental.

La tecnología verde no es una moda, es una estrategia necesaria que muchas empresas deben implementar, no solo para ahorrar dinero, sino para mitigar numerosos y adversos impactos ambientales y sociales asociados con la producción y el desmesurado consumo energético.

La planeación de nuevos centros tecnológicos bajo criterios verdes, equipados con componentes certificados, con una visión social, harán de nuestro mundo un espacio más verde. Si la industria de las TI se está pintando de verde, no es sólo hablar de buenos deseos y mundos mejores, es más bien tomar conciencia de que todos podemos poner nuestro granito de arena para impactar de buena manera a nuestro ya tan adolecido ambiente.

Referencias Bibliográficas

Fuentes electrónicas

Catalina Cruz Cuéllar (2011). *¿Qué tanto sabemos de la tecnología verde?*, [En línea], <http://www.colombiadigital.net/blogs/blog-de-la-ccd/item/772-%C2%BFqu%C3%A9-anto-sabemos-de-la-tecnolog%C3%ADa-verde?.html>. Colombia: Colombia digital.

Alto Nivel (2010). *Tecnología verde :¿en qué consiste?* [En línea], <http://www.altonivel.com.mx/tecnologia-verde-en-que-consiste.html>. México: Alto nivel.

Juan Cálcena Ramírez (2010). *Tecnología verde, herramienta válida para economizar energía.* <http://www.abc.com.py/nota/164212-tecnologia-verde-herramienta-valida-para-economizar-energia/>. Paraguay: Digital ABC

Regina Moctezuma G. (2009) *Las tecnologías verdes permiten ahorros.* [En línea], <http://www.cnnexpansion.com/tecnologia/2009/03/24/tecnologias-verdes-ahorro-al-bolsillo> México: CNN expansión.

PNUMA (2002). *La Tecnología y el medio ambiente*. [En línea], http://www.unep.org/pdf/tunza/Tunza_5.3_Spanish.pdf. TUNZA Tomo 5 No. 3 pp. 3-4.

Javier Muñoz Giner/Yuresky Rojas Rincón (2010). *Nuevas tendencias en tecnologías verdes -Green IT para la Gestión en Organizaciones*. [En línea], http://www.tagingenieros.com/sites/default/files/Art%C3%Aculo%20Green%20IT_Javier_Mu%C3%B1oz_v1_2010.pdf. España: Universidad Politécnica de Valencia. “Innovando en Gestión: las TIC elemento central para el relanzamiento” II Congreso Iberoamericano SOCOTE.

Carlos Vialfa (2010). *La tecnología verde en la empresa*, [En línea], <http://es.kioskea.net/faq/4128-la-tecnologia-verde-green-it-en-la-empresa>. Francia: Kioskea.net

Barrera Milagros (2011). *Composición de Servicios Web*. [Presentación en línea], <http://ldc.usb.ve/~yudith/docencia/UCV/Exposiciones/ExpoCompVerde.pdf>. Venezuela: Universidad Central de Venezuela, Facultad de Ciencias Postgrado en Ciencias de la Computación.

ITgreen Soluciones Verdes, S.L. (2011). *Green IT*. [En línea], <http://www.itgreen.es/acerca-de-itgreen/empresa>. España: IT Green Soluciones Verdes.

Esther Villafaña (2011). *Tecnología verde*. [En línea], http://globedia.com/tecnologia-verde_1. México: Globedia.

HARDWARE LIBRE Y SOFTWARE LIBRE: ADQUISICIÓN DE DATOS DE UN LABORATORIO DE INSTRUMENTACIÓN ÓPTICA

Mary Carmen Peña Gomar mgomar@fismat.umich.mx
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Cauhtémoc Rivera Loaiza crivera@fismat.umich.mx
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Gustavo A. Gutiérrez Carreón gagute@hotmail.com
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

El presente trabajo basado en hardware libre y software libre muestra el diseño y desarrollo de una interfaz de adquisición de datos para la captura de datos en tiempo real de variaciones de temperatura e intensidad de luz reflejada en un Laboratorio de Instrumentación Óptica. Las plataformas de hardware libre permiten reducir en buena medida los costos de implementación de sistemas de instrumentación automatizados en comparación con los sistemas basados en tecnologías de las grandes firmas que dominan la industria del hardware. Para la implementación del sistema se ha utilizado la placa de hardware libre Arduino y para la adquisición de datos, se desarrollaron interfaces gráficas de usuario GUI (Graphical User Interface). Estas interfaces fueron creadas en el lenguaje de programación de software libre Python. Para el desarrollo de las interfaces se implementó la técnica de diseño centrado en el usuario, con la finalidad de cubrir la mayoría de las necesidades que pudiera tener el usuario final. Además de crear prototipos en papel para asegurarse de que la interacción del usuario con la interfaz fuera la óptima. La GUI para la adquisición de datos, permite al usuario observar en tiempo real la gráfica del comportamiento de la temperatura así como el de la luz reflejada, y permite guardar los datos en un archivo.

Palabras clave: Software Libre, Hardware Libre, Diseño Centrado en el Usuario.

Abstract: This work presents an Open hardware and Open Software based design and development of a data acquisition interface to capture real time changes in temperature and light intensity reflected in an Optical Instrumentation Laboratory. For the system implementation an Arduino open board has been used and graphical user interfaces (GUI) were developed for data acquisition. These interfaces were created in the open source programming language Python. For the development of interfaces, the user-centered design technique was implemented, in order to meet most needs that end user may have. In addition, paper prototypes were created to ensure optimal user interaction with the interface. The GUI for data acquisition allows users to observe real-time graphs of the behavior temperature and reflected light, and lets them save data in a file.

Key words: Open Source, Open Hardware, User-Centered Design.

Introducción

La instrumentación es el área de la ingeniería que se encarga de la construcción y diseño de instrumentos de medición y control. En particular esta área se encarga del procesamiento de los datos provenientes de sensores que transforman variables físicas como la temperatura, la aceleración, velocidad, flujo magnético entre otras, en señales eléctricas, con fines de monitoreo visualización y control de procesos [1]. En las actividades industriales comúnmente se requiere de instrumentos que

permitan determinar las variables involucradas en un proceso de producción. Desafortunadamente, la mayoría de las herramientas que permiten solucionar estos problemas tienen un valor muy elevado en el mercado y las empresas muchas veces no pueden solventar estos gastos.

La otra opción en cuanto a instrumentación se refiere es la instrumentación virtual, la cual pretende ahorrar tiempo en el diseño y construcción de instrumentos sustituirlos por elementos de software, que emulan el funcionamiento de los instrumentos. Ejemplos de este tipo de software es LabView de la compañía National Instruments [2] y Aligent VEE; sin embargo es un software al que el usuario se tiene que adaptar, adquiriendo paqueterías para que sea posible la comunicación con sensores e instrumentos, lo que hace a LabView un software costoso y rígido.

Actualmente el desarrollo de la electrónica digital y el bajo costo de microcontroladores y sensores además de la gran cantidad de software libre que existe, hace posible el desarrollo de algunos instrumentos a un costo mucho menor y ajustados completamente a las necesidades de la empresa. Un ejemplo de este tipo de tecnologías abiertas es la tecnología Arduino que es una plataforma electrónica que está formada por una parte de hardware y otra de software, ambos de código abierto. Esta plataforma es utilizada desde personas a aficionadas a la electrónica hasta en proyectos de universidades como el MIT o Carnegie Mellon University [3], por mencionar algunas. El bajo costo de esta plataforma, la simplicidad de su lenguaje de programación así como lo fácil que es su programación han hecho de Arduino una herramienta muy utilizada en diversos sectores.

En el área de la instrumentación se han desarrollado dispositivos de adquisición de datos para el estudio de la evolución de la humedad de suelos y su relación con parámetros ambientales. [4]. Otro ejemplo es la construcción de una red inalámbrica de sensores que permiten monitorear la temperatura y controlar el aire acondicionado de edificios [5]. Para ello se utilizan módulos de la misma plataforma Arduino como la Ethernet Shield o el módulo Xbee.

Antecedentes

El laboratorio de sensores óptico de la Facultad de Ciencias Físico-Matemáticas, se trabaja en el diseño de un biosensor óptico basado en la técnica de Reflectometría láser cercano al ángulo crítico [2], que es utilizada para medir cambios en el índice de refracción de un medio. Además mide la parte imaginaria del índice de refracción y su mayor potencial es en la detección de pequeños cambios en el índice de refracción, por lo que esta técnica es adecuada en el área de sensor óptico. Aunque existen varios instrumentos con los cuales se puede hacer esta medición, la mayoría de ellos solo miden el módulo de la parte real del índice de refracción (Figura 1).

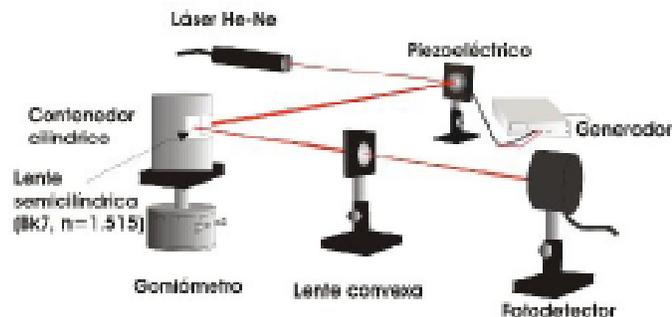


Fig. 1. Arreglo óptico para obtener la derivada de la reflectancia.

En el área de la computación, Arduino se ha utilizado para la construcción de interfaces hápticas (referido al tacto), que permiten controlar por medio de gestos manuales dispositivos electrónicos [6]. También se han desarrollado dispositivos que involucran la computación pero también a las artes, particularmente a la música como es el caso de TouchSound que es un dispositivo que genera sonidos a partir de cualquier objeto [3].

En este trabajo se presenta la aplicación de técnicas de instrumentación e ingeniería de software para la creación de una interfaz que permite la adquisición y visualización de datos de parámetros físicos y el control posicionamiento de un servomotor. Se utiliza herramientas abiertas como el lenguaje de programación Python y Arduino, que reducen costos de implementación y que proporcionan libertad para el diseño del sistema.

Diseño del Sistema

Una Interfaz Gráfica de Usuario (GUI siglas en inglés de Graphical User), es un entorno visual desarrollado en algún lenguaje de programación que permite la comunicación entre el usuario y una máquina. Esta interfaz de usuario está constituida por elementos gráficos como botones, barras de menú, barras deslizables, botones de activación entre muchos otros.

La GUI ha sido diseñado empleando buenas prácticas para el desarrollo de software. En particular se utilizaron técnicas de Diseño Centrado en el Usuario (DCU) [7], que es un enfoque que permite desarrollar productos ajustados a medida de los usuarios finales. El DCU consiste básicamente de tres partes: (1) Análisis de requerimientos del usuario y del sistema. (2) Creación de prototipos de baja fidelidad. (3) Pruebas de usabilidad.

(1) Análisis de Requerimientos del Usuario y del Sistema

El análisis de requerimientos consiste en identificar en primer lugar quienes son los usuarios del sistema, es decir, definir muy bien para qué tipo de gente va dirigido el software. Una vez que se ha determinado a los usuarios del sistema se deben identificar que características debe tener el software. Para ubicar estas necesidades se realizaron entrevistas con los usuarios finales y observaciones *in-situ* durante los experimentos ópticos.

El usuario final son las personas que van a interactuar de manera directa con el sistema. Para este trabajo en particular fue importante saber los usos y costumbres que tiene el usuario en el manejo de la computadora. Según las observaciones realizadas, el usuario final del sistema tiene las siguientes características: Tiene conocimientos de computación a un nivel medio/alto; maneja sistema operativo Windows (XP o Vista) y en ocasiones Linux (Ubuntu 10.01); tiene experiencia en el manejo de software para el control de aparatos de medición; utiliza software para la manipulación de datos numéricos (Excel, Origin, etc.).

Requerimientos del Usuario

Los requerimientos de usuario son las necesidades que el usuario final espera sean cubiertas por el software. En las entrevistas el usuario plantea sus necesidades y con ayuda del diseñador se definen las tareas críticas, que son aquellas que tienen prioridad sobre cualquier otra tarea y requieren ser realizadas de manera rápida y sencilla [7].

Los requerimientos del usuario son:

Alineación del sistema: Esta es una tarea manual que consiste en hacer que el haz láser incida al centro de la lente semicilíndrica y de forma normal a la superficie. Una vez que se ha logrado esta alineación, se parte de este punto para comenzar el experimento. A este procedimiento también se le llama *fixar el ángulo cero*.

Variación del ángulo de incidencia: Esta tarea se realiza de manera manual con ayuda de un goniómetro que permite girar la muestra cilíndrica con una precisión máxima de $1/5$ de grado. El usuario va girando poco a poco un tornillo hasta llegar al número de grados que el desee. Se utiliza una lupa para poder observar con mayor detalle la graduación del goniómetro y de esta forma aumentar la precisión de la medición. Por lo general se hacen giros de 1 grado y de $1/5$ de grado durante el experimento.

Detección de variables analógicas: Durante los experimentos se requiere detectar por medio de sensores parámetros como la temperatura o la luz reflejada. El usuario toma la lectura y la almacena, por lo general en un archivo de texto con extensión .dat o .txt, que le permita graficar los datos en programas como Origin o Excel. Otro recurso que utilizan es el de utilizar una hoja de cálculo. En algunos experimentos el usuario requiere medir y guardar la lectura de la temperatura proveniente de dos o más sensores. Por lo que se utilizan dos multímetros (o más) para hacer estas mediciones.

Regresar al ángulo cero: Se observó que es muy importante para el usuario regresar la muestra al ángulo cero una vez que haya terminado el experimento, dejando preparado el arreglo óptico para otra medición.

Para la variación del ángulo de incidencia se realizan varios pasos, como el *fixar el ángulo cero*, variación del ángulo de incidencia y captura de datos. En la figura 2 se muestra el diagrama de flujo que describe el proceso de medición de la luz reflejada

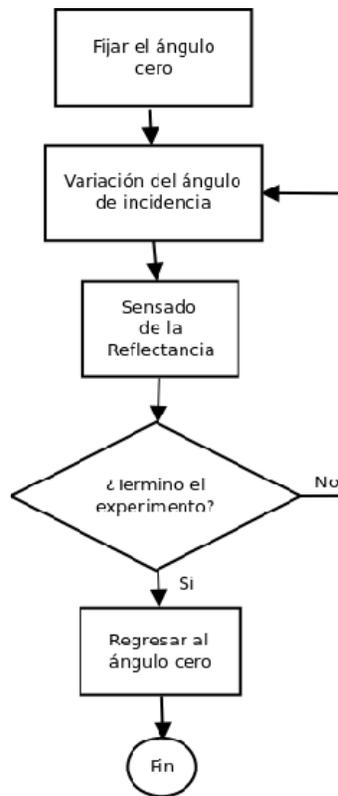


Fig. 2. Diagrama de flujo que describe el proceso de medición de la Reflectancia y su Derivada Angular.

Prototipos en papel

El prototipado en papel es una técnica sencilla pero que se utiliza para el diseño, prueba y depuración de interfaces de usuario [8]. La técnica consiste en dibujar a mano sobre una hoja de papel, una vista de lo puede ser la GUI; teniendo en cuenta siempre los requerimientos de usuario y de sistema. De esta forma tanto el usuario final como el diseñador del sistema pueden ir construyendo la GUI completamente ajustada a las necesidades del usuario.

Esta técnica reduce los costos de desarrollo en gran medida, pues te permite analizar la interacción del usuario con la interfaz antes de programarla en algún lenguaje de programación. Se pueden realizar tantos prototipos en papel como sea necesario hasta asegurarse de que la interacción es la adecuada.

Pruebas de usabilidad y análisis de resultados.

Crear los prototipos en papel en base a los requerimientos del usuario no es suficiente para asegurar que la interfaz es entendible por el usuario. Para ello se realizan pruebas de usabilidad que ayudan al desarrollador del sistema a verificar la interacción entre la interfaz y el usuario. La idea de esta prueba es simular un escenario en específico[9]. Esto se realiza con la ayuda de dos personas; una de ellas toma el rol de usuario final y la otra toma el rol de la computadora

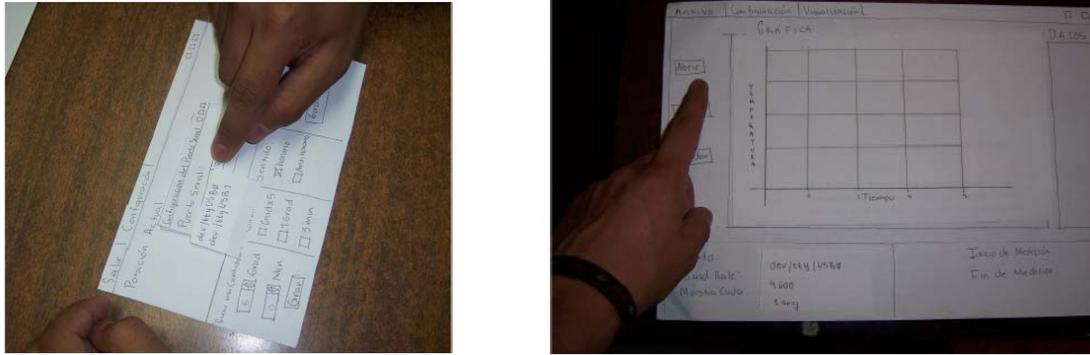


Fig. 3. Prototipos de papel y pruebas de usabilidad.

Sistema de adquisición de datos.

Esta interfaz permite almacenar y mostrar los datos provenientes de uno o dos sensores conectados a la placa Arduino, la imagen tal muestra un diagrama de bloques del sistema. Una particularidad de este sistema es que permite controlar el intervalo de tiempo en que se va a realizar cada medición. Si por ejemplo el intervalo de muestreo es de 1 segundo, el programa estará enviando un carácter en específico cada segundo. Al recibir Arduino este carácter le indica que es momento de comenzar el proceso de adquisición de datos. Este proceso consiste en tomar 100 mediciones y las promedia; posteriormente manda el resultado vía puerto serie a la GUI. Es decir, la tarjeta Arduino manda un solo dato por cada carácter que le envía la interfaz.

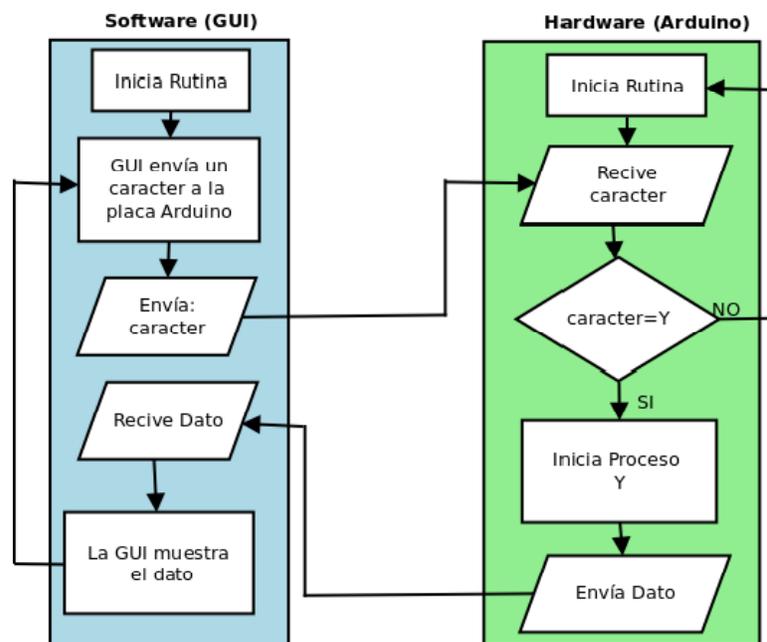


Fig. 4. Comunicación entre Hardware y Software.

Funcionamiento del Sistema

El sistema de adquisición de datos se utilizó para tomar mediciones de la temperatura de sustancias donde se llevan a cabo reacciones químicas. En este tipo de experimentos se pretende encontrar la relación entre la temperatura de la sustancia y el índice de refracción de la misma. En la figura 5 se

muestra una pantalla de la interface implementada con Python del sistema de adquisición de datos y las gráficas resultantes de los datos recabados.

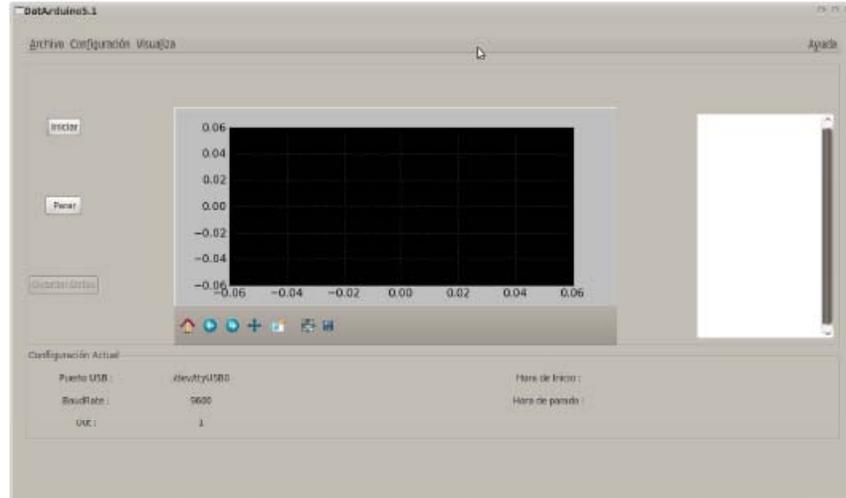


Fig. 5. Interface desarrollada en Python del sistema de Adquisición de datos.

Conclusiones

Proyectos desarrollados con herramientas de código abierto o software libre en unión con plataformas de hardware libre fomentan a la investigación y el trabajo multidisciplinario, además de que el costo de desarrollo es menor que el costo de un instrumento ya fabricado por grandes empresas. De hecho los proyectos elaborados con la plataforma Arduino o Python pueden ser comercializados. Un inconveniente de este tipo de trabajos es que si bien la inversión económica no es muy elevada, la inversión de tiempo sí lo es, puesto que se deben realizar muchas pruebas antes de poder considerar que se tiene un buen instrumento.

Referencias Bibliográficas

- [1] E. M. Perez, Instrumentación electrónica. Macombo, 1995.
- [2] M. C. Peña-gomar, A. Garcia-Valenzuela, and M. Rosete-Aguilar, Desing of an optical probe based on angle scanning reflectometry near the critical angle, Society of Photo-optical Instrumentation Engineers, vol. 42(3), pp. 853,861, 2003.
- [3] A. Manuel, Instrumentación virtual: adquisición y análisis de señales, vol. 102 de politex. Universidad Politécnica de Cataluña, ediciones upc ed., 2001.
- [4] H. Peng, TouchSound: Making Sounds with Everyday Objects. Carnegie Mellon University, 2010.
- [5] Atmel, ATmega 168 Datasheed, julio 2007.

[6] M. A. de Pablo Hdez. and C. de Pablos S., Ardudrop1.0: Dispositivo electrónico para el estudio de la humedad del suelo, Tecnología y desarrollo, Revista de ciencia tecnología y medio ambiente, vol. 7, pp. 1 31, 2010.

[7] D. Travis, The fable of the user-centred designer. Userfocus, 2009.

[8] M. Massimi, Fieldwork 2:analysis and requirements, 2011.

[9] C. Snyder, Paper Prototyping. Morgan Kaufman, 2003.

LAS REDES SOCIALES EN LA EDUCACIÓN Y LA EMPRESA

Rigoberto López Escalera rlelopez@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

No existe duda de la importancia de las TIC'S en todos los ámbitos de nuestra sociedad. Tampoco nadie duda de la necesidad de la extensión de las nuevas tecnologías al ámbito escolar y sobre todo al empresarial. Éstas han demostrado ser un medio que mejora los procesos de enseñanza y aprendizaje en lo educativo y del provecho para mejorar la productividad, la innovación, la colaboración, y la reputación de la empresa.

Pero el contar con una computadora conectada a Internet en la empresa o en la clase no garantiza un adecuado aprovechamiento del mismo, pese a que sus posibilidades son infinitas. Las TIC'S no tienen efectos mágicos sobre el aprendizaje, ni generan automáticamente nuevos conocimientos, mucho menos mejora la productividad de la empresa.

En este tiempo las redes sociales juegan un papel muy importante en estos dos sectores, por lo que se realiza una investigación documental descriptiva con el fin de responder a las siguientes preguntas ¿Qué son las redes Sociales digitales?, ¿Por qué las redes sociales están cobrando tanta importancia?, ¿Qué ventajas y desventajas tienen las redes sociales en la educación? ¿Qué ventajas y desventajas tienen las redes sociales en la empresa?

Palabras clave: redes sociales, internet, educación, empresa.

Abstract

There is no doubt of the importance of ICT's in all spheres of our society. Nor does anyone doubt the need for the extension of new technologies in school and especially to the business. These have proven to be a process that improves teaching and learning in the educational and profit to improve productivity, innovation, collaboration, and the reputation of the company.

But having an Internet-connected computer in the company or in the classroom does not ensure proper utilization of the same, although the possibilities are endless. ICTs do not have magical effects on learning, and automatically generate new knowledge, much less improve business productivity.

At this time social networks play an important role in these two sectors, so that makes a descriptive documentary research to answer the following questions: What are digital social networks?, Why social networks are become so important?, what advantages and disadvantages of social networks in education? What advantages and disadvantages of social networks in the enterprise?

Key words: social networks, internet, education, business.

Desarrollo del trabajo

Introducción

En los últimos años, las redes sociales digitales se han convertido en uno de los fenómenos más relevantes en Internet, como ejemplo se encuentran Facebook y Twitter, consideradas como dos de los hechos más importantes de la década del 2000 por la academia de artes y ciencias digitales en Estados Unidos (Nielsen,2009).

Las Redes Sociales están cobrando gran importancia en la sociedad actual, reflejando la necesidad del ser humano de expresión y reconocimiento, bien lo dijo Aristóteles “**El Hombre es un ser sociable por naturaleza**”, pues para satisfacer sus exigencias físicas y espirituales necesita vivir en sociedad, ya que al ser una criatura racional e individual, no es autosuficiente y requiere la ayuda y protección de los demás de su especie, por ello forma comunidades.

El aumento en el número de usuarios de los sitios web llamados redes sociales digitales, como MySpace y Facebook entre muchos otros, ahora llama la atención de académicos, empresarios, periodistas, inversionistas, publicistas, sociólogos, emprendedores, y profesionales de muy diversas áreas, quienes se preguntan entre otras cosas porque los jóvenes invierten horas en este tipo de sitios.

Como se puede constatar al registrarse en alguna de las redes citadas, este tipo de sitios permiten incluir datos personales, fotografías y permite expresar al usuario los gustos e intereses. Por todo esto las redes sociales digitales se han convertido para muchos en una herramienta tecnológica para que personas y empresas realicen actividades propias de su naturaleza facilitando la comunicación e integración con usuarios, clientes, proveedores y socios.

Definición de las redes Sociales

Podríamos definirla como una forma de interacción social, en donde se produce un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones que comparten gustos o preferencias entre sí, logrando un sentido de pertenencia y desarrollando un tejido que actúa por el bienestar de toda la comunidad.

Para Van Baalen et al. (2005) una red social puede ser vista como “una estructura de intercambio social con su propia estructura de gobierno y patrones de interacción, en la cual los recursos fluyen entre unidades independientes o individuos”.

El concepto de redes sociales digitales o networks sites ha sido definido por diversos autores, por ejemplo Boyd y Ellison (2007) las definen como un servicio basado en plataforma web que permite a los usuarios a) construir un perfil público o semi-público, b) Definir una lista de otros usuarios con quien se desea tener comunicación y c) ver su lista de contactos y cruzarla con las listas de otros usuarios.

Jaime Royero (2007), define a las redes sociales como “el conjunto de personas, comunidades, entes u organizaciones que producen, reciben e intercambian bienes o servicios sociales para su sostenimiento en un esquema de desarrollo y bienestar esperado. Dicho bienestar es mediatizado por los avances en el campo de la ciencia y la tecnología producidos y ofrecidos en su valor social y mercantil a las personas o grupos de ellas, en un territorio y en unas condiciones económicas sociales determinadas. Estos intercambios se dan a nivel local regional, nacional, internacional y global”

Muchos autores coinciden que los miembros establecen una comunidad donde se adquieren nuevos conocimientos de la red social y son transferidos entre sus miembros (Otto y Simon, 2008).

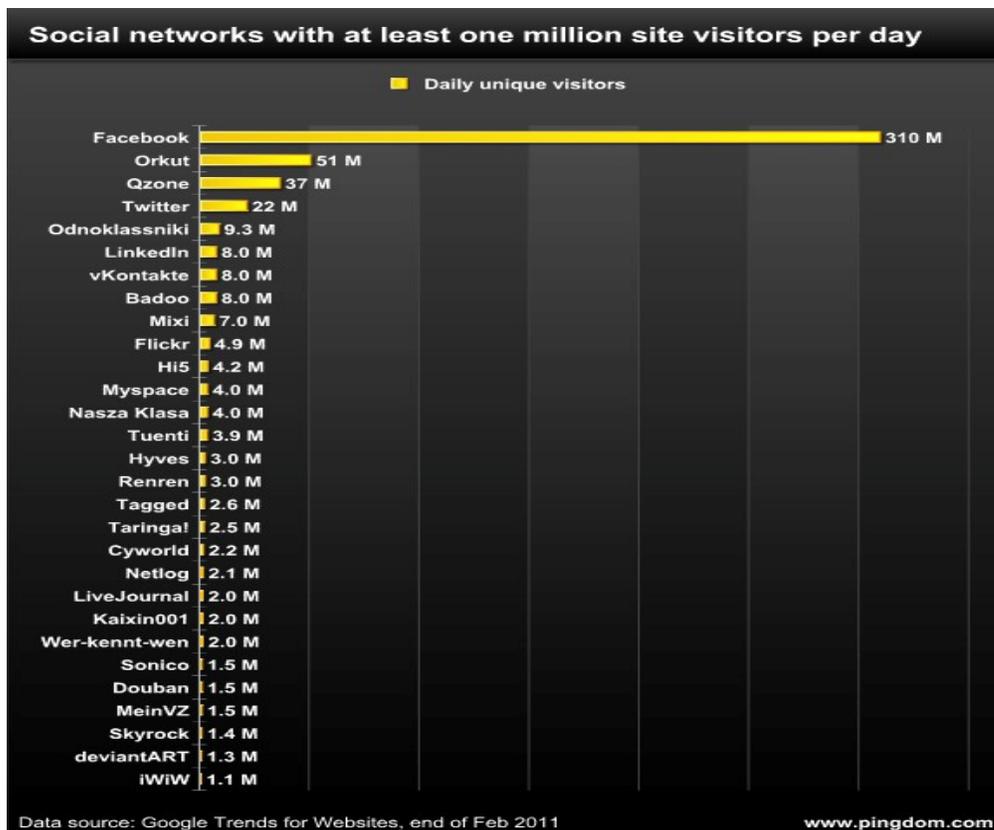
Estos autores sostienen que las redes sociales son una importante infraestructura para la distribución e intercambio de conocimientos.

Algunos años atrás, específicamente en el 2000 y 2001 surgieron los primeros sitios dedicados a formar grupos de amigos que llegaron a ser bastante populares: My Space, Friendster, Tribe, el primero surgido en Estados Unidos, que tenía como interés común entre los usuarios la música, convirtiéndose en una gran herramienta para que músicos independientes dieran a conocer sus propuestas. Más tarde llegó el famoso Facebook que actualmente está en pleno auge siendo la red social número uno y que nació como parte de un proyecto para mantener contacto entre universitarios. Actualmente, cuenta con más 800 millones de usuarios, según se confirmó en la Developer Conference f8, celebrada el 22 de septiembre de 2011.

Pero no debemos dejar de lado Twitter que en muy poco tiempo se ha transformando en un factor clave para hacer negocio y ganar mayor credibilidad con los consumidores. Esta red ha crecido mucho en los últimos años, llegando a 175 millones de usuarios en el mundo para el mes de abril de 2011. (Bejarano, 2011)

Hoy en día formar parte de una Red Social ya no es cuestión de gusto pues ha empezado a ser parte de la necesidad de estar actualizados y presentes socialmente. Es muy fácil integrarse a una red, únicamente hay que dar de alta nuestro perfil y comenzar a tejlarla invitando a algunas de nuestras amistades.

En la Actualidad, hay cientos de sitios que albergan redes sociales



Por qué las redes sociales están cobrando tanta importancia.

Existe un gran debate sobre las causas fundamentales que impulsan el fenómeno de las redes sociales a partir de los años 90. Entre la literatura que aborda esta cuestión, podemos destacar que la dinámica generada por la sociedad globalizada con una comunicación creciente que va acercando a las personas de distintos lugares en situaciones dispares y las sinergias creadas en el entorno de la ciencia y la tecnología por una necesidad de progresar compartiendo conocimiento, son algunos de los factores palanca que impulsan el desarrollo de las redes sociales y la computación social.

Por otra parte, la creciente flexibilidad para los flujos económicos, y la expansión de los sistemas de comunicación tanto de datos como de imágenes en tiempo real, el desarrollo de una cultura de la información y el conocimiento que va empapando la transición de la sociedad de la información a la sociedad del conocimiento –tal y como apunta la UNESCO en su informe 2005 Hacia las Sociedades del Conocimiento–, la puesta en valor del conocimiento como factor clave para el desarrollo socioeconómico de las personas y los pueblos, son elementos fundamentales para la generación y expansión del fenómeno de la computación social o las “ciber-redes” sociales.

Como se ha señalado, diversos autores coinciden que las Redes Sociales Digitales se han convertido en un fenómeno que impacta la vida de millones de personas en todo el mundo, la importancia que alcanzan se enmarca en el hecho que estas tecnologías han generado cambios tanto para las personas como para las empresas al eliminar barreras y permitir que las personas interactúen y se comuniquen de una forma más rápida (Hua y Haughton, 2009).

Las redes sociales facilitan las relaciones entre las personas, evitando las barreras tanto culturales como físicas. Al mismo tiempo permiten tener comunicación no solo con amigos y familiares sino también contactar con antiguos compañeros de trabajo, ex compañeros de escuela con los que tal vez se tenía tiempo de no tener comunicación. En este mismo orden de ideas se puede señalar que las redes sociales permiten intercambiar actividades, intereses y aficiones. (Castro Lopez, Sanchez aldape, & Franco Mendez, 2011)

Las aplicaciones del Internet y estas redes digitales han influido en muchos sectores de las economías del mundo, su uso tanto en el hogar como en las empresas es un fenómeno que ha cambiado el modo de operar de muchas empresas y sectores, incluido el sector educación (Otto Prince y Simon, M. 2009).

Para muchas personas las redes sociales digitales son una moda, a este respecto no se puede señalar si lo son o no, sin embargo, todo parece indicar que llegaron para quedarse y jugarán un rol importante en el Marketing y en muchos sectores productivos.

Además del crecimiento en popularidad de las redes sociales y del tiempo que invierten las personas en estos sitios, las redes sociales están cambiando la forma en que las personas se comportan e interactúan con otras personas en sus vidas diarias.

Qué ventajas y desventajas tienen las redes sociales

Ventajas

- ✓ Reencuentro con conocidos.
- ✓ Excelentes para propiciar contactos afectivos nuevos como: búsqueda de pareja, amistad o compartir intereses sin fines de lucro.
- ✓ Compartir momentos especiales con las personas cercanas a nuestras vidas.
- ✓ Diluyen fronteras geográficas y sirven para conectar gente sin importar la distancia.
- ✓ Perfectas para establecer conexiones con el mundo profesional.
- ✓ Tener información actualizada acerca de temas de interés, además permiten acudir a eventos, participar en actos y conferencias.
- ✓ La comunicación puede ser en tiempo real.
- ✓ Pueden generar movimientos masivos de solidaridad ante una situación de crisis.
- ✓ Bastantes dinámicas para producir contenido en Internet.

Desventajas

- ❖ Son peligrosas si no se configura la privacidad correctamente, pues exponen nuestra vida privada.
- ❖ Pueden darse casos de suplantación de personalidad.
- ❖ Falta en el control de datos.
- ❖ Pueden ser adictivas y devorar gran cantidad de nuestro tiempo, pues son ideales para el ocio.
- ❖ Pueden apoderarse de todos los contenidos que publicamos.
- ❖ Pueden ser utilizadas por criminales para conocer datos de sus víctimas en delitos: como el acoso y abuso sexual, secuestro, tráfico de personas, etc.

Qué ventajas y desventajas tienen las redes sociales en la Educación

En el ámbito educativo la capacidad para mantener en contacto un grupo numeroso de alumnos o académicos, es una de las características a favor de las redes sociales digitales (De Haro, 2008),

- ✓ Si estas redes son bien utilizadas pueden facilitar el aprendizaje fuera del aula escolar. Este autor señala que hay que ver a las redes sociales digitales desde un punto de vista estratégico y de enseñanza, ya que los jóvenes tienden a pasar más tiempo en ellas que en cualquier otro

sitio; entonces, utilizando las herramientas necesarias desde un punto de vista educativo, las redes sociales pueden ser excelente aliadas en la educación.

- ✓ En este mismo orden de ideas hay que señalar que estas plataformas permiten a los usuarios, sean alumnos o maestros, estar informados sobre hechos, noticias, eventos actuales, tanto sociales como académicos.
- ✓ Un atractivo de las redes sociales digitales, es el de fomentar las relaciones sociales, ya que tienen un enorme atractivo en el aspecto personal y de relación por parte de quien usa estas herramientas. Por este motivo, cuanto mayor sea el número de los participantes más atracción genera en los alumnos al poder estar en contacto directo con sus profesores, sus amigos y compañeros. Las redes sociales pueden tener utilidad entre los propios profesores, ya que pueden crear su red aparte y colaborar activamente entre los departamentos y con otros profesores de una misma asignatura en un nivel determinado; lo que facilita la comunicación interna entre el trabajo de profesores y academias de maestros.
- ✓ En otro sentido, hacer una red social para padres puede ser un medio atractivo para entrar en contacto con ellos. Además de que, muy probablemente, aumente la implicación de los padres para con la educación de sus hijos.
- ✓ Las herramientas de redes sociales permiten integrar a grupos de clases en un único espacio.
- ✓ La comunicación directa con el alumno se facilita, ya que se pueden enviar mensajes privados de correo electrónico interno o mensajes enviados a todos los miembros del grupo.
- ✓ Lo mismo se aplica a los alumnos, ya que pueden contactar con cualquiera de sus profesores y compañeros de forma directa, de esta forma se mejora la comunicación personal alumno-profesor.
- ✓ Algunas redes sociales facilitan la creación de varios grupos de trabajo, lo que facilita la coordinación y comunicación entre unos y otros, compartir materiales y recursos académicos. Tanto alumnos como profesores pueden crear grupos que pueden ser abiertos a todos o cerrados, a estos últimos se accede por invitación.

El sistema para pertenecer al grupo así como la moderación en la creación de los grupos es configurable (De Haro, 2008), de esta forma se pueden crear diversos grupos, por ejemplo:

- a) **Grupos para tutorías**, donde el tutor pueda publicar avisos relacionados con la misma,
- b) **Grupos para materias o asignaturas**, donde el profesor publique las tareas, actividades, exámenes y los alumnos puedan hacer preguntas sobre la materia.
- c) **Grupos para Asesorías**, donde el alumno puede consultar al asesor de la materia en la cual requiera de apoyo.

Se puede señalar que:

- a) Las redes sociales digitales fomentan tanto el aprendizaje informal y el formal, al permitir al alumno expresarse y entablar relaciones con profesores y compañeros.

b) Crear grupos de discusión privados o abiertos, con la finalidad de mantener informados a sus integrantes, compartir material, diapositivas, discutir opiniones fomenta la relación entre los alumnos con una temática educativa, lo cual permite fortalecer las relaciones profesor y alumno.

c) Permite tener en un único sitio las actividades de docentes, de profesores y alumnos de una institución educativa.

Desventajas

Sin embargo hay que considerar la preocupación de algunos investigadores y maestros por el tiempo que pasan los adolescentes en línea.

- ❖ A medida que las redes crecen, disminuye la convivencia familiar y el trato personal.
- ❖ Otra desventaja que señalan es que el alumno se vuelve dependiente de la tecnología y puede perder interés en investigar en otros medios como los libros.
- ❖ Un mal uso las redes sociales en clase puede derivar en distracciones y dispersión del alumnado que a veces se dedica a jugar en vez de trabajar.
- ❖ Uno de los aspectos que se mencionan como negativos es que los usuarios pueden llegar a perder mucho tiempo si no es utilizada de forma correcta e incluso puede convertirse en una adicción. A tal grado ha llegado el problema que en Europa ya hay dos clínicas de rehabilitación para personas adictas al Facebook (Interfase news, 2010),
- ❖ Hay una gran cantidad de casos de pornografía infantil y pedofilia que se han manifestado en las diferentes redes sociales.

Qué ventajas y desventajas tienen las redes sociales en la empresa

Internet ha contribuido a tener mayores posibilidades de las que en algún tiempo pudimos imaginar y ahora con las Redes Sociales y otras comunidades virtuales se incrementan los canales de negocio. En México se empieza a manifestar todo un panorama empresarial, en donde casi un millón de personas ya utilizan estas plataformas multimedia para hacer crecer sus empresas.

Ventajas

- ✓ Útiles para la búsqueda de personal.
- ✓ Son utilizadas en forma de Intranet.
- ✓ Permiten realizar foros y conferencias online
- ✓ Han modificado la manera de hacer marketing, generando una mayor segmentación de medios e interactividad con sus consumidores.
- ✓ El consumidor puede interactuar y conocer las características de los productos, además de promociones, noticias de la empresa, lanzamiento de nuevos productos, etc.

- ✓ En tiempos de crisis es una excelente forma de hacer mercadotecnia y publicidad a bajos costos.
- ✓ Perfecta fuente de información para saber lo que quiere el cliente y en un futuro retomar esta información para los planes estratégicos de la empresa.
- ✓ Útil para apalancar el servicio al cliente, además permite establecer relaciones con clientes prospecto.
- ✓ Pueden anunciar sus ofertas y descuentos.
- ✓ Existencia de Redes Sociales especializadas.

Desventajas

- ❖ Pertenecer a una red social no es sinónimo de productividad. Deambular en dicho dominio se ha convertido en una adicción.
- ❖ Los malos comentarios generados en la red pueden dar mala imagen al negocio.
- ❖ Absorben el tiempo de los trabajadores y los agobian con el uso de tantas tecnologías.
- ❖ Los empleados pueden abusar de estas plataformas o usarlas con fines no profesionales.
- ❖ Excesiva Información: Se llega a generar tal flujo de información, que es imposible atenderlo todo.
- ❖ Los mensajes no pueden ser muy extensos, y se tienen que abreviar demasiado.
- ❖ El ruido que se genera dentro de las redes puede ser excesivo por lo que es muy difícil mantener a un público fiel.
- ❖ Algunos usuarios se dedican a hacer SPAM.

Panda Security (2010), en los resultados de su informe anual sobre el Índice de riesgo de las redes sociales para PyMEs en Estados Unidos, señala que el uso de redes sociales durante horario de trabajo es una práctica habitual

- ❖ Infecciones de malware (69%),
- ❖ Pérdida de productividad de los empleados (60%)
- ❖ Seguida de los problemas del rendimiento y uso de la red (29%).

- ❖ El 35% de las empresas infectadas han sufrido pérdidas económicas,

Conclusiones

Hay muchas líneas de investigación que se pueden derivar al estudiar las redes sociales digitales. Las empresas deben aprovechar la potencialidad de estas herramientas y tomar nota del fenómeno para generar cursos de capacitación, teniendo en cuenta los casos de éxito que puedan servir de base para su aplicación en las PyMEs. Por otro lado, en el sector educativo, maestros, investigadores deben de estas conscientes también del impacto del uso de las redes sociales; sacar provecho de las funcionalidades de estas herramientas pero tener cuidado de los aspectos negativos. Es decir el docente de hoy debe utilizar la tecnología adecuadamente, hacer uso racional de la misma y utilizarla en pro de fomentar la enseñanza.

Las herramientas informáticas para potenciar la eficacia de las redes sociales online (‘software social’), operan en tres ámbitos, “las 3Cs”, de forma cruzada:

- Comunicación (nos ayudan a poner en común conocimientos).
- Comunidad (nos ayudan a encontrar e integrar comunidades).
- Cooperación (nos ayudan a hacer cosas juntos).

La concientización y la educación en el correcto uso de estas redes sociales es fundamental para sacar el máximo provecho de la comunidad”. Para minimizar los riesgos asociados con las redes sociales, las compañías comienzan a crear políticas de regulación.

A raíz de muchos problemas presentados con las redes sociales, muchas de ellas han aumentado aspectos de control en la seguridad y privacidad. Los usuarios pueden bloquear a los usuarios que estén dando problemas.

Básicamente las redes sociales son de dos tipos, aquellas cuya finalidad es fomentar los contactos personales, acercar lazos, ya sea por motivos de ocio o por otros intereses de la persona, desde los culturales hasta los emocionales y aquellas otras cuya finalidad es claramente la profesional y cuyas actividades se relacionan directamente con el mundo del trabajo y de los intereses de desarrollo profesional de los sujetos.

Entre las primeras, denominadas también redes sociales de contenido o de propósito general, se encuentran Facebook, My space, Twitter, Ning, Bebo, Tuenti, hi5, etc. Entre las redes sociales Profesionales destacan LinkedIn, Xing, etc.

Conocer el funcionamiento de nuestras Redes Sociales puede hacernos mucho más activos en el mundo Educativo y empresarial.

Referencias Bibliográficas

Artículos:

Boyd, D. y Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of computer-mediated communication*, 13(1).

Hua, G. & Haughton, D. (2009). "Virtual Worlds Adoption: A Research Framework and Empirical Study". *Online Information Review*, Vol. 33, nº 5, pgs. 889-900.

Otto, P. Y Simon, M. (2008). Dynamic Perspectives on Social Characteristics and Sustainability in Online Community Networks. *System Dynamics Review*, Vol.24, nº 3, pgs. 321-347.

Van Baalen, P., Bloemhof-Ruwaard, J. & Van Heck, E. (2005). *Knowledge Sharing in an Emerging Network of Practice: The Role of a Knowledge Portal*. *European management journal*.

Fuentes electrónicas

Arriaga, L. L. (2009). *Mi Espacio*. Retrieved Nov 17, 2011, from Desde el Aula: http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/aula/redes_sociales.html

Bejarano, P. G. (2011). *TICbeat Tecnologías y Tendencias Web*. Retrieved 11 1, 2011, from <http://www.ticbeat.com/socialmedia/numero-real-usuarios-twitter/>

Castro Lopez, J. R., Sanchez aldape, J. A., & Franco Mendez, E. N. (2011). Redes Sociales Digitales Aplicadas a un entorno Docente y Empresarial. *Congreso*.

Gómez, L. (2008). *RevistaSalud.com*. Retrieved 10 2, 2011, from <http://www.revistaesalud.com/index.php/revistaesalud/article/view/248/563>

De Haro, Juan José (2008). *Las redes sociales en la educación*. Disponible en <http://jjdeharo.blogspot.com/2008/11/la-redes-sociales-en-educacin.html>

Gretzel, Ulrike.(2001). Social Networkd Analysis: Introduction and Resources. Disponible en: <http://lrs.ed.uiuc.edu/tse-portal/analysis/social-networkanalysis>

Interfase news (2010). *Abren en Italia dos clínicas para curar adicción a Facebook*. Disponible en: <http://interfasenews.blogspot.com/2010/03/abren-en-italia-dos-clinicas-para-curar.html>

Robben. (30 de Mzo de 2011). *Facebook Noticias*. Recuperado el 1 de Octubre de 2011, de <http://www.facebooknoticias.com/2011/03/30/infografia-las-29-redes-sociales-mas-visitadas-del-mundo/>

Villalba, J. (05 de noviembre de 2009). Introducción a las redes sociales. Recuperado el 1 de noviembre de 2011, de www.uam.es

Wikipedia, E. L. (2011, Nov 13). *Wikipedia*. Retrieved Nov 19, 2011, from http://es.wikipedia.org/wiki/Redes_sociales_de_internet

CAPÍTULO 5

TEORIAS ADMINISTRATIVAS Y ORGANIZACIONALES



USO DE LA MERCADOTECNIA Y DE ALGUNOS RECURSOS DE COMUNICACIÓN EN LAS PYMES DE CIUDAD DEL CARMEN, CAMPECHE

Dr. Hugo García Álvarez hgarcia@pampano.unacar.mx Universidad Autónoma del Carmen
Mtra. Martha Estela Córdoba Zacarías mcordoba@delfin.unacar.mx Universidad Autónoma del Carmen
Dra. Alma Elena Gutiérrez Leyton agutierrez@pampano.unacar.mx Universidad Autónoma del Carmen

Resumen:

En un contexto globalizado como el actual, las microempresas conviven con grandes consorcios que hacen uso de diversos recursos de comunicación y de las funciones de la mercadotecnia. Por ello, el interés de este trabajo se centra en conocer cómo se utilizan estos recursos en las actividades de las micro y pequeñas empresas en Ciudad del Carmen, Campeche. Este trabajo recoge los resultados de unas encuestas (micro N= 316 pequeñas y medianas N=42) del proyecto Estudio del Desempeño de las MiPyMes de Ciudad del Carmen, en las que se evaluó el cumplimiento de las principales funciones de la mercadotecnia dentro de este importante sector. Las pequeñas y medianas empresas cumplieron con el 74 por ciento de las funciones de mercadotecnia evaluadas mientras que las micros cumplieron con 67 por ciento. Por giro de negocio las microempresas de giro de servicios obtuvieron el puntaje más alto con el 71 por ciento en el cumplimiento de las funciones de mercadotecnia. Cabe mencionar que sólo una microempresa del sector industrial fue encuestada y ésta registro un cumplimiento del 90 por ciento de las funciones evaluadas en cuanto a la mercadotecnia. Estos hallazgos apuntan a un cumplimiento relativamente bueno de las funciones de mercadotecnia en las empresas, con algunos puntos relevantes donde se podrían mejorar; sin embargo estos datos son contrarios a hallazgos de otros investigadores, por lo que es necesario revisar estos hallazgos a través de otros instrumentos de medición, en el entendido de que es probable que se esté sobrevaluando su cumplimiento debido al tipo de instrumento de recolección de información.

Palabras clave: Mercadotecnia y Comunicación en pequeñas empresas; Pymes en Ciudad del Carmen, Campeche, Funciones de la Mercadoecnia y PyMES.

Abstract

In today's globalized context, micro co-exist with large consortia that make use of various communication resources and marketing functions. Therefore, the interest of this work focuses on knowing how to use these resources in the activities of micro and small businesses in Ciudad del Carmen, Campeche. This paper presents the results of surveys (N = 316 micro small and medium N = 42) Project Performance Study of MSMEs in Ciudad del Carmen, which evaluated the performance of the main functions of marketing in this important sector. Small and medium companies complied with 74 percent of the marketing functions of micro evaluated while 67 percent met. According to the micro business sector, service companies scored the highest with 71 percent in fulfilling the functions of marketing. Only a micro industrial sector was surveyed and it registered a 90 percent performance of the functions evaluated in terms of marketing.

These findings are aimed at a relatively good performance of marketing functions in companies, with some important points which could be improved, but these data are contrary to findings of other researchers, making it necessary to review these findings through other measuring instruments, with the understanding that it is likely to be overvalued its compliance due to the type of data collection instrument.

Key words: Marketing and Communication in Microenterprises; Microenterprises in Carmen, Campeche; Marketing Functions and Microenterprises.

Desarrollo del trabajo

Introducción

Estudiar la forma en que las Pequeñas y Medianas Empresas aplican las funciones de la mercadotecnia y cómo utilizan en ello los recursos de tecnología más comunes como el teléfono y el Internet constituye un tema relevante porque las PYMES son el motor de la economía nacional, no sólo por su participación en el Producto Interno Bruto, sino porque brindan empleo a millones de mexicanos y constituyen la base de la actividad económica nacional.

Actualmente existen 3, 829, 100 microempresas, 138, 500 pequeñas empresas y 31, 600 empresas medianas, es decir, que más del 95 por ciento de las empresas del país son microempresas y representan el 70 por ciento del empleo en la población económicamente activa del país (Saavedra y Hernández, 2008), aunque sólo representan el 15 por ciento del PIB.

Estos datos destacan la importancia de este grupo de empresas en la estabilidad del país al ser la mayor fuente de empleo:

Las Mipymes en Latinoamérica juegan un importante papel de carácter social, tanto por su papel como creadores de empleo y amortiguadores del problema del desempleo al ser intensivos en este factor, como por ser instrumentos de cohesión y estabilidad social al brindar oportunidades de empleo a colectivos semi o escasamente calificados (págs. 132-3).

Este sector empresarial constituye también la oportunidad de desarrollo para las mujeres, que en la mayoría de los países de América Latina resienten un menor nivel de escolarización, como es el caso de Perú, en donde un estudio sobre Mipymes y Tecnologías de Comunicación encontró que las micro, pequeñas y medianas empresas “pueden brindar oportunidades para que las mujeres logren una mejor inserción en el mercado laboral, ya sea como conductoras o trabajadoras” (Kuramoto, et. al. 2007, p. ii), ya que pueden ser los vehículos para que pongan en valor y ofrezcan a los mercados las habilidades que antes estaban restringidas sólo a su hogar, tal como su trabajo artesanal.

En su estudio sobre MYPIMES y género en Perú, Kuramoto (et.al, 2007) reportan que existe una brecha en el conocimiento, uso y apropiación de las TICs entre las empresas comandadas por mujeres y las que son dirigidas por hombres. Sin embargo, esta diferencia se suaviza en grupos poblacionales más jóvenes debido principalmente a los avances experimentados en la educación que está logrando equiparar las oportunidades de las mujeres a los hombres (op. cit. p. iv).

Cercadas por un contexto global que obliga a la competitividad, las PYMES conviven con grandes transnacionales, en un momento histórico caracterizado por la apertura comercial, la incertidumbre financiera, la globalización, la integración regional, la permanente transformación científica y tecnológica, las alianzas estratégicas así como el fortalecimiento de las grandes corporaciones y las crisis recurrentes.

En ese tenor, recobra importancia la responsabilidad social de las Universidades, de coadyuvar al desarrollo del sector empresarial en general, y de las pequeñas y medianas empresas en particular, apoyándolas en la obtención de información fidedigna y confiable, a través de diversas acciones,

como este tipo de investigaciones que permitan a los tomadores de decisión generar instrumentos para la oportuna actualización e innovación tecnológica, la disponibilidad del recurso para el fomento de los mecanismos financieros fiscales adecuados.

Debido a la propia dinámica de su surgimiento, operación y ciclos de vida, es difícil considerar que los datos estadísticos sobre las empresas pequeñas y medianas son definitivos o totalmente confiables, pues en muchos casos las PYMES inician de manera informal y terminan su ciclo incluso antes de ser censados. Podríamos partir de los datos que señalan que Campeche cuenta con 7,426 de las cuales 7,026 son micro, 310 pequeñas y 60 medianas empresas. En Ciudad del Carmen se reportan 1,494 Mipymes, pero es una cifra que bien podría representar solo a las que han sido identificadas y debidamente censadas, de ahí la necesidad de considerar como una tarea pendiente la generación de mecanismos que permitan construir bases de datos confiables de las empresas que conforman esta categoría, en los diferentes sectores.

Comunicación, mercadotecnia y microempresas

Las empresa, sin importar el tamaño, al constituirse como negocio inicia un proceso social de mercadeo ya sea que ofrezca un producto o un servicio y por lo tanto, se vuelve necesario para ello conocer y analizar las herramientas que les permitan completar el proceso de intercambio de productos con base en lo que necesitan y desean (Kotler y Armstrong, 2003): alcanzar ese grupo de personas al que quieren llegar, lograr la meta de ventas, iniciar actividades en un nuevo mercado.

Todas estas actividades requieren una estrategia definida de comunicación, que comprensiblemente queda relegada en el caso de las empresas pequeñas debido a que el interés primordial de los dueños suele ser obtener ganancias inmediatas con la menor inversión.

Sin embargo, es necesario atender que una comunicación efectiva será una de las bases para una estrategia de ventas exitosa, porque en sentido estricto la mezcla de la mercadotecnia funciona de manera coordinada. Philip Kotler (2000) ha señalado la importancia de identificar los canales de comunicación para distinguir en qué casos utilizar los canales de monólogo en los que la comunicación no supone una respuesta inmediata diferente a la venta, como en el caso de publicidad, y en cuáles, los canales de diálogo, aquellos en los que se da una interacción entre clientes y vendedores.

Las decisiones de inversión deben hacerse con un conocimiento preciso de los objetivos y los recursos disponibles para lograrlos y para tal efecto existen herramientas simples que ayudan a elegir qué métodos utilizar dependiendo de los intereses.

México es el único mercado de América Latina en el que la distinción de las empresas en Micro, Pequeñas, Medianas o Grandes está definida por el número de empleados; otros países incorporan en sus definiciones su participación en el mercado, el capital con que cuentan o el giro (Saavedra y Hernández, 2008). En México, si una empresa tienen menos de 10 empleados es una microempresa sin importar el giro ni ninguna otra característica.

En el caso de los pequeños y micro negocios las actividades de mercadotecnia se deben relacionar directamente con la identificación del negocio, la determinación de un mercado objetivo y la preparación y entrega del servicio o producto al mercado definido con anterioridad. Estos elementos, que si bien aplican a cualquier empresa, deben hacerse en las condiciones de la microempresa: poco

capital, pocos empleados sin capacitación especial, la dirección es al mismo tiempo un empleado más del negocio.

Según un trabajo de Huang y Brown (1999) el problema más importante de las empresas pequeñas se encuentra en el área de Mercadotecnia, en total representa un 42 por ciento de los problemas detectados:

Especialmente promoción, investigación de mercados y capacitación son los problemas encontrados con mayor frecuencia, y todos están relacionados con el conocimiento o las capacidades, lo que refleja una carencia general de *expertise* en el sector de los negocios pequeños (pág. 77).

Esta falta de atención a los elementos de mercadotecnia puede deberse a que las micro y pequeñas empresas atienden problemas inmediatos y no tienen ni los recursos económicos ni de personal para atender los elementos generales de una adecuada planeación administrativa, por no decir que de mercadotecnia.

De acuerdo con Mullins (et. al. 2007), aún en las condiciones limitadas de las microempresas es posible considerar los esfuerzos de comunicación si se combinan eficientemente las necesidades de comunicación, los recursos disponibles y la información sobre las condiciones del mercado en que se opera. Las limitaciones que impone su tamaño no necesariamente limitan su capacidad de maniobra para actuar eficientemente dentro de una economía de escala, para lo cual necesitan ampliar su producción y minimizar sus costos (Ramírez, Mungaray, Ramírez y Taxis, 2010, p. 226), así como mejorar todos sus procesos administrativos.

Planteamiento del problema

Este trabajo se propone iniciar el análisis de las condiciones en que las micro y pequeñas empresas de Ciudad del Carmen realizan su Mercadotecnia. Las condiciones locales, una alta rotación de personal y un flujo de regular a abundante de recursos económicos derivados de la actividad petrolera, contribuyen a un regular surgimiento de microempresas para satisfacer las demandas de esta población.

Si consideramos que muchos de estos negocios se originan en la informalidad y poco a poco se van organizando, se vuelve necesario hacer regularmente un sondeo general para conocer los tipos de organización y las prácticas que tienen.

En atención a lo anterior se plantearon las siguientes preguntas de investigación:

PI1 ¿Cómo son las microempresas de Ciudad del Carmen?

PI2 ¿Las microempresas de Ciudad del Carmen utilizan estrategias específicas de Mercadotecnia y Comunicación? y

PI3 ¿Cómo se relacionan las características de las microempresas con sus prácticas de comunicación y mercadotecnia?

Método

La selección de la muestra se realizó con base en una relación de microempresas registradas en la Cámara de Comercio de Ciudad del Carmen, Campeche; sin embargo, dadas las condiciones de estas

empresas, no todas aquellas que fueron seleccionadas quisieron participar o no existían al momento del levantamiento de las encuestas. Algunas empresas se seleccionaron durante el trabajo de campo.

El diseño, elaboración y aplicación del cuestionario corrió a cargo del Cuerpo Académico de Administración y es parte del Estudio del Desempeño de las Mipymes en Ciudad del Carmen¹⁵⁷. El trabajo de campo se realizó durante la primavera de 2010.

El instrumento general consideraba varias funciones administrativas, es importante mencionar que las microempresas contestaron sólo 18 ítems en el área de mercadotecnia, además de otros que evaluaron su desempeño administrativo y contable. Las preguntas fueron construidas como escalas de 4 puntos (siempre, casi siempre, casi nunca y nunca). En total se encuestó a 316 establecimientos clasificados como microempresa; después de aplicada la encuesta se descartó de la muestra a 39 empresas que contaban con más de 10 empleados. Los cuestionarios fueron aplicados a los dueños mismos o a algún dependiente bien informado.

La variable “tipo de correo electrónico” fue procesada después de la captura, recodificando la información proporcionada por el entrevistado para obtener las tres categorías descritas en el estudio: 1) los que usan un correo electrónico personal, 2) los que incluyen el nombre de la empresa en la dirección de correo electrónico pero usan un servicio de distribución gratuito como Hotmail o Yahoo, y 3) aquellos que cuentan con su propio dominio de internet del cual es parte el correo electrónico. Los datos fueron procesados usando el paquete computacional IBM SPSS Statistics 19.

Resultados

A continuación se presentan los resultados obtenidos de las encuestas, los datos se presentan en el orden de las preguntas de investigación comentando primero los datos generales, luego los elementos de comunicación y finalmente la relación entre ellos.

En respuesta a la pregunta de investigación 1, ¿Cómo son las microempresas de Ciudad del Carmen? De las 277 empresas que integraron la muestra final el 66.5 por ciento se agrupan en el sector comercial, en el sector servicios se ubican el 30.5 por ciento de las microempresas y sólo el 2.9 por ciento de las empresas se dedican a actividades relacionadas con la producción.

Las mujeres son propietarias del 44 por ciento de las empresas encuestadas. La antigüedad media de las empresas encuestadas es de 9.5 años con una moda de 5 años. 14 microempresas reportaron una vida mayor a 25 años. El número medio de empleados fue de 2.9, con una moda de 2, 27 por ciento de las microempresas entrevistadas reportaron tener sólo dos empleados.

En cuanto a la pregunta de investigación 2) ¿Las microempresas de Ciudad del Carmen utilizan estrategias específicas de Mercadotecnia y Comunicación?

Se encontró que a la pregunta de si la microempresa cuenta con un plan de mercadotecnia el 48 por ciento de las respuestas fue “siempre” y sólo el 13 por ciento no cuentan con un plan de mercadotecnia (ver tabla 1).

157

Agradecemos especialmente al Mtro. Luis Héctor Rodríguez Vega, a la Mtra. Ruby Asunción González Ascencio y a la Mtra. Gloria Hernández Reyes, y a los alumnos que participaron en el levantamiento de los datos.

Tabla 1. ¿Su microempresa cuenta con un plan de mercadotecnia?

		Frecuencias	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valid	Nunca	41	13.1	13.1
	Casi nunca	41	13.1	26.1
	A veces	78	24.8	51.0
	Siempre	154	49.0	100.0
	Total	314	100.0	
Total		316		

De las microempresas encuestadas el 49 por ciento reportó contar con formas y herramientas de comunicación, mientras que el 88 por ciento considera que su imagen en el mercado es la adecuada y sólo el 23 por ciento usa más de un medio para su publicidad.

Estas proporciones son similares a las reportadas por las pequeñas empresas de Ciudad del Carmen (Córdova, García y Cerecedo, 2011), con un 30 por ciento de ellas que no están al pendiente de sus nuevos competidores y un 93 por ciento que reporta un conocimiento significativo de las necesidades de sus clientes.

Sólo el 31 por ciento de las microempresas encuestadas proporcionó un correo electrónico; de ellos apenas el 13 por ciento cuenta con un dominio de internet propio mientras que el 38 por ciento usa una cuenta de correo electrónico personal (tabla 2).

Tabla 2. ¿Su organización cuenta con una estructura de precios para diferentes mercados o condiciones de venta?

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valid	Nunca	60	19.3	19.3
	Casi nunca	24	7.7	27.0
	A veces	66	21.2	48.2
	Siempre	161	51.8	100.0
	Total	311	100.0	
Missing	99	5		
Total		316		

Estos datos son comparables a los reportados por Benito (2009) para el caso de español en su estudio sobre tecnologías de información y comunicación y microempresas, donde sólo el 14 por ciento de éstas contaban con su propio sitio de internet.

Sólo 4 de las microempresas de la muestra reportaron tener una cuenta en el sitio Facebook y ninguna mencionó a *Twitter*.

Con relación a la tercera pregunta de investigación, ¿Cómo se relacionan las características de las microempresas con sus prácticas de comunicación y mercadotecnia? No se encontró una relación

estadísticamente significativa entre el uso de los diferentes tipos de cuenta de correo electrónico y la antigüedad de la empresa, si bien la antigüedad media de las empresas que cuentan con su propio dominio de internet fue la menor con sólo 5.8 años.

Tampoco se pudo establecer alguna relación significativa entre el sector en el que se desempeña la empresa y el uso de las estrategias de comunicación, aunque es necesario decir que las microempresas en el giro comercial y servicio parecen usar las herramientas de comunicación con mayor frecuencia, aunque esto podría ser un artefacto de los datos por la baja representación de las micros dedicadas a la producción.

En un análisis del cumplimiento de todas las funciones de Mercadotecnia evaluadas, las microempresas de Servicios obtienen 7 puntos de un máximo de 10, mientras que las comerciales obtienen 6.6 puntos en la escala y las de producción, sólo 5.8; pero una prueba ANOVA no arrojó diferencias significativas entre los grupos.

Las diferencias se presentaron cuando se intentó relacionar el uso del correo electrónico y el sexo del dueño. Los datos parecen apuntar a que si los dueños son hombres usarán en mayor medida las herramientas de comunicación así como si cuentan con un correo electrónico (ver tablas 3 y 4).

Tabla 3. ¿Considera que la imagen de su empresa en el mercado es la adecuada?

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valid	Nunca	13	4.2	4.2
	Casi nunca	23	7.4	11.6
	A veces	86	27.7	39.2
	Siempre	189	60.8	100.0
	Total	311	100.0	
Missing	99	5		
Total		316	100.0	

Relacionado con lo anterior, se encontró que un 29 por ciento de las microempresas (Ver tabla 4.) nunca usan más de un medio para su publicidad, mientras que sólo el 11 por ciento de las pequeñas empresas usan un solo medio para su publicidad.

Tabla 4. ¿Utiliza más de un medio para su publicidad?

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valid	Nunca	92	29.3	29.3
	Casi nunca	70	22.3	51.6
	A veces	80	25.5	77.1
	Siempre	72	22.9	100.0
	Total	314	100.0	
Missing	99	2		
Total		316		

En el caso de las diferencias por sexo del propietario fue posible establecer que las microempresas dirigidas por hombres tienden a tener un plan de mercadotecnia y a usar más de un medio publicitario en mayor medida que aquellas empresas dirigidas por mujeres; aunque las diferencias en

las medias son pequeñas a través de una prueba T fue posible establecer que éstas fueron estadísticamente significativas ($p < 0.05$).

De la misma manera, parece que el uso de correo electrónico también está relacionado con el uso de herramientas de comunicación, con el establecimiento de un plan de mercadotecnia y con usar más de un medio a la hora de hacer publicidad.

En este punto de la investigación cualquier explicación de este extraño fenómeno se antoja especulativa, podemos suponer que esta correlación tiene que ver con la apertura a la innovación y que no necesariamente están conectadas entre sí, salvo por el hecho de que quien dirige la empresa está dispuesto a probar cosas nuevas. El hallazgo de que el fenómeno se presente más en hombres que en mujeres es consistente con los patrones de adopción de innovación encontrados en otras investigaciones.

Discusión y conclusiones

A partir de las preguntas de investigación es posible aventurar que en sentido estricto las micro empresas cumplen con las actividades de mercadotecnia. Si embargo no pudimos encontrar ni en el giro ni en la antigüedad del negocio una explicación para estas diferencias de comportamiento.

Como era de esperarse, se encontró que las mujeres representan una importante proporción de los dueños de microempresas; sin embargo, resultó interesante descubrir que hay diferencias por sexo en la aplicación de herramientas de comunicación que parecen estar relacionadas con la adopción de innovaciones.

Digno de mención, por otro lado, es el hecho de que las empresas encuestadas en general parecen tener una buena opinión del trabajo que vienen realizando en cuanto a la mercadotecnia que emplean, y en ese sentido es posible apuntar, con amplio sentido crítico, que este cuestionario no evalúa el verdadero desempeño de las empresas ni contrasta lo que dicen que hace con la realidad. La información obtenida se refiere más a cómo se ven a sí mismas las empresas que a la efectividad de sus acciones.

Cabe preguntar si las microempresas no estarán subestimando la importancia de la mercadotecnia suponiendo que ésta se puede cumplir de manera intuitiva, o si en estrecha relación con lo anterior, existe poca claridad en los alcances de un plan de mercadotecnia bien ejecutado.

Este trabajo se plantearon tres preguntas de investigación exploratorias sobre la comunicación aplicada a la mercadotecnia en las micro empresas en Ciudad del Carmen, los hallazgos abren la puerta a nuevos análisis y con este carácter plantea más preguntas interesantes y abre la oportunidad de generar nuevos espacios de investigación y discusión.

Referencias

Benito, S. (2009). Las redes de cooperación de las microempresas en España y la utilización de TIC's. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, Núm. 64. pp. 59-84. Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=17412311003>

Córdova, M.; García, H. y Cerecedo, N. (2011). Funciones de Mercadotecnia en las micro y pequeñas empresas en Ciudad del Carmen. Memorias del IV Congreso Internacional Con-Visión Empresarial.

Huang, X. y Brown, A. (1999) An Analysis and Classification of Problems in Small Business. *International Small Business Journal*, 18:73. Disponible en <http://isb.sagepub.com/content/18/1/73>.

Kotler, P (2000). *Dirección de Marketing 10ma*. México: Pearson Educación.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing 6ta*. México: Editorial. Pearson. Prentice Hall.

Mullins, J., Wlker, O., Boyd, H. y Larréché J. (2007). *Administración de Marketing: Un enfoque en la toma de decisiones 5ta*. México: McGraw Hill.

Ramírez, N., Mungaray, A., Ramírez, M. y Taxis, M. (2010). Economía de escala y rendimientos crecientes: Una aplicación en microempresas mexicanas. *Economía mexicana. Nueva Época*. 19:2. Pp. 211-230. Disponible en

<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=17412311003>

Saavedra, M. L. y Hernández, Y. (2008). Caracterización e importancia de las Mipymes en Latinoamérica. Un estudio comparativo. *Actualidad Contable Faces*, 11: 17, julio-diciembre, 2008, pp. 122-134. Disponible en Redalyc.

Kuramoto, J.; Valdivia, N. y Díaz, J. (2007). TICS, MIPYMES y género en el Perú: una primera aproximación. Perú:USAID.

IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA EN LA MICROEMPRESA OAXAQUEÑA

Carmen Eloísa Cruz Robles cecr@inbox.com Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca

Ana Luz Ramos Soto analuz_606@yahoo.com.mx

Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca

Abraham Espejo Martínez aem@inbox.com Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca

Resumen:

Esta investigación exploratoria se realiza enfocándose a las Microempresas (MEs) de cuatro municipios ubicados en la Sierra Norte del Estado de Oaxaca como muestra aleatoria; para diagnosticar en un primer momento cómo la identificación, posicionamiento, promoción y publicidad adecuada del producto, les permitirá posteriormente un desarrollo empresarial. Por lo que a través de la aplicación de un cuestionario se obtuvo un diagnóstico preliminar que permitirá implementar una estrategia que mejore la rentabilidad, crecimiento y permanencia de las empresas muestra vía incremento de sus ventas.

Del universo encontrado que hace un total de 13 empresas 8 fueron sujetas de estudio cumpliendo con los parámetros establecidos al encontrarse legalmente constituidas, ser Microempresas y carecer de algunos elementos mercadológicos como la marca, etiqueta, logotipo, slogan, promoción adecuada a sus necesidades; elementos que permitirán en una segunda etapa intervenir mediante el diseño de estrategias de mercadotecnia para su desarrollo.

Palabras clave: Mercadotecnia, Microempresas, Crecimiento, Rentabilidad, Permanencia.

Abstract

This exploratory research is done by focusing on microenterprises (MEs) in four municipalities in the Northern Sierra of Oaxaca as a random sample; to diagnose at first how the identification, positioning, promotion and advertising information available, then allowed business development. As through the application of a questionnaire obtained a preliminary diagnosis that will implement a strategy to improve profitability, growth and retention of businesses shows via increased sales.

The university found a total of 13 companies were subject of study 8 meeting the parameters set to be legally constituted, be Micro and lack of marketing muscle elements as the mark, label, logo, slogan, promotion for your needs, elements that will participate in a second stage by designing marketing strategies for their development.

Keywords: Marketing, Micro, Growth, Profitability, Retention.

DESARROLLO DEL TRABAJO.

Introducción.

La presente investigación, forma parte del proyecto 2011 PTC que promueve la Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca, con el fin de fomentar la investigación de sus docentes; por tal motivo nace ésta de tipo exploratoria fundamentada en la importancia y utilidad que tiene la mercadotecnia en cualquier tipo, giro, clasificación y tamaño de empresa; se considera útil y relevante enfocarla en la micro, pequeña y mediana empresa (MEs) de cuatro municipios importantes de la sierra norte del estado de Oaxaca.

El objetivo general es determinar cómo las MEs a través de la utilización de la herramienta administrativa de mercadotecnia, específicamente la identificación y posicionamiento del producto así como la promoción y publicidad adecuada a sus necesidades y presupuesto, permite lograr su crecimiento, rentabilidad y permanencia, utilizando como evidencia el incremento de sus ventas.

Esta investigación aborda a estas empresas debido a su importancia ya que constituyen la columna vertebral de la economía estatal y nacional (Gobierno Federal, 2009); Como objetivos específicos se considera primeramente identificar los espacios geográficos de las unidades de análisis por sus características de MEs; diagnosticando las necesidades que tienen en los aspectos de mercadotecnia para en una segunda etapa generar posibles soluciones mercadológicas que le permita mejorar.

La hipótesis a comprobar se sustenta en que a través del diagnóstico estemos en condiciones de implementar una estrategia que mejore la rentabilidad, crecimiento y permanencia de la muestra de estudio vía el incremento en las ventas.

Para esta investigación se utilizará la identificación de las MEs según la estratificación que hace del DOF (2009). La muestra aleatoria utilizada son las microempresas ya que son estas las más demandantes de los elementos de la mercadotecnia, las variables a considerar se encuentran relacionadas con el crecimiento, rentabilidad y permanencia así como la combinación adecuada de los factores de mercadotecnia.

El trabajo de investigación es cualitativo y cuantitativo, y se realiza en dos etapas, en la primera se obtiene de fuentes de información secundarias a través de trabajos realizados, información oficial recabada en el Diario Oficial de la Federación (DOF) en el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), la Secretaría de Economía (SE); la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP); Fundación de Desarrollo Sostenible (FUNDES) Internacional; El Centro Interdisciplinario de Investigación para el Desarrollo Integral Regional (CIIDIR); así mismo se revisarán diferentes marcos teóricos de mercadotecnia como Kotabe, Stanton, Hernández y Fisher entre otros.

Con la finalidad de identificar variables que aterrizaran en el área de estudio se pasó a la segunda etapa que consistió en el trabajo de campo, donde se identificaron los espacios geográficos seleccionándose cuatro municipios ubicados en la Región de la Sierra Juárez los cuales son: Santa Catarina Ixtepeji, Santa Catarina Lachatao y Capulálpam de Méndez y el municipio de San Pedro y San Pablo Ayutla.

Marco teórico.

Mercadotecnia.

En la actualidad toda persona en algún momento de su existencia, si no es que a todas horas y todos los días ha tenido que necesitar de un bien o un servicio que permita satisfacer una necesidad o un deseo a través de un intercambio, una quiere lo que otra tiene, sus intereses son diferentes, pero ambas tienen que establecer su relación en la confianza mutua actual y futura. (Ramírez, 2007).

Las empresas pequeñas son tan susceptibles a las soluciones de mercadotecnia como las empresas grandes, la diferencia está en que, de manera general, no tienen los recursos o experiencia para explorar la mercadotecnia en su forma más sofisticada y es poco probable que tenga mucho impacto en su entorno, la puesta en valor es la cercanía que tienen con el cliente, lo que les permite conocer más de cerca sus necesidades.

Se afirma que las empresas pequeñas tienen un estilo de mercadotecnia distintivo debido a que carecen de una estructura y marcos formales, sin embargo según Kotabe el estilo de mercadotecnia depende mucho de ideas y decisiones intuitivas y, sobre todo, del sentido común, que es el elemento más valioso y los propietarios de negocios pequeños casi están más próximos a sus clientes que los vicepresidentes de mercadotecnia en muchas empresas grandes. (Czinkota.Kotabe, 2001)p.10.

Para esta investigación es importante que las microempresas se apropien de los elementos de mercadotecnia que les permitan identificarse con un nombre comercial para su empresa y producto por las ventajas competitivas que esto representa.

En mercadotecnia un producto es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. (Fisher & Espejo, 2004).

El precio es principalmente el monto monetario de intercambio asociado a la transacción, aunque en algunos casos se paga con tiempo o esfuerzo. (op.cit.)

La plaza refiere a definir dónde comercializar el producto o el servicio que se ofrece es un elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor (op.cit.).

La promoción es comunicar, informar, persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas (op.cit.)

Microempresas.

Según datos de FUNDES internacional a nivel Latinoamérica las MEs (engloba a las micro, pequeñas y grandes empresas) representan el 99% de la población empresarial y más del 70% del empleo en América Latina. (<http://www.fundes.org/la-mipyme-america-latina/?lang=es>, 2009).

Se trata de negocios unipersonales, familiares, de empresas ubicadas principalmente en sectores tradicionales; que sobreviven desarticuladas de cadenas de valor y con poco o nulo acceso a mercados internacionales, a recursos financieros y tecnológicos, así como a información y conocimientos. (Fundes)

Son empresas consideradas como unidades productivas de poca capitalización, que operan bajo riesgo propio en el mercado, habitualmente mano de obra asalariada, es importante indicar que la

poca capitalización inicial de las microempresas tiende a reproducir en la mayoría de ellas un círculo vicioso: baja productividad de la mano de obra, bajos ingresos, escasa capacidad de reinversión productiva. Este círculo, bajo ciertas condiciones, podría cambiar a virtuoso, si se logran flujos externos tanto de apoyo técnico como de financiamiento.

En México la importancia de este tipo de empresas es representativa ya que según datos de la Secretaria de Economía las micro, pequeñas y medianas empresas son un elemento fundamental para el desarrollo económico de los países, tanto por su contribución al empleo, como por su aportación al Producto Interno Bruto (PIB).

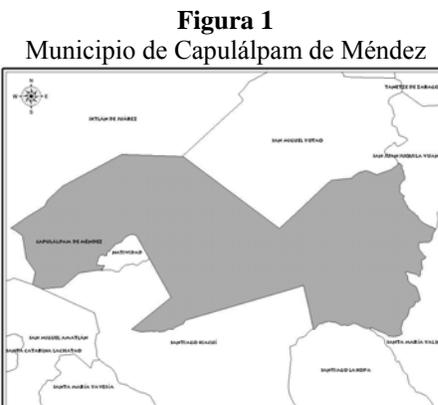
En el año 2009 existían en México 5'144,056 de empresas, de las cuales el 99.8% son MEs. Las cuales participan dentro de las actividades económicas de la siguiente forma: 47.1% en servicios, 26% en el comercio, 18% en la industria manufacturera y el resto de las actividades representan el 8.9%, mismas que concentran el 78.5% del personal ocupado. (GobiernoFederal, 2009) Generando el 52% del PIB.

La presente investigación está enfocada a la primera clasificación de las MEs o sea a la microempresas estratificadas según el rango del número de trabajadores y el rango del monto de ventas anuales, según lo establecido en el acuerdo firmado entre la Secretaria de Economía y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, publicado en el Diario Oficial de la Federación de fecha 30 de Junio del 2009. (Ver Anexo I)

Metodo:

Primeramente se procedió a seleccionar los espacios geográficos de las unidades de análisis mismos que fueron ubicados en cuatro municipios de la Sierra norte del Estado de Oaxaca (Anexo 2):

Capulalpam de Méndez, población que se encuentra geográficamente bajo las coordenadas de 17°16' y 17°21' de latitud norte y 96°17' y 96°29' de longitud oeste, a una altitud entre 1100 y 3200 metros. Colinda al norte con los municipios tales como de Ixtlán de Juárez, San Miguel Yotao y San Juan Juquila Vijanos; al este con los municipios de San Juan Juquila Vijanos y Santa María Yalina; al sur con los municipios de Santa María Yalina, Santiago Laxopa, Santiago Xiacuí y San Miguel Amatlán; al oeste con los municipios de Santiago Xiacuí, Natividad, San Miguel Amatlán y Ixtlán de Juárez. Ocupa el 0.09% de la superficie del estado. Cuenta con 4 localidades y una población total de 1 313 habitantes (INEGI, 2010c).



Fuente: SAGARPA 2005, tarjeta municipal de información estadística básica.

Luego tenemos al municipio de Santa Catarina Ixtepeji, también miembro de la sierra norte del estado de Oaxaca, con una altitud que va desde 1400 hasta los 3300 metros, sus coordenadas de ubicación son 17°07' y 17°20' en latitud norte, 96°30' y 96°40' de longitud oeste.

Sus fronteras municipales las comparte con San Miguel del Río, Santa María Jaltianguis e Ixtlan de Juárez; al este con los municipios San Juan Chicomezúchil y Santa Catarina Lachatao; al sur con el municipio de Tlaxiactac de Cabrera; al oeste con los municipios de San Andrés Huayápam, San Pablo Etna y Nuevo Zoquiápam ubicación son 17°07' y 17°20' en latitud norte, 96°30' y 96°40' de longitud oeste. Ocupa el 0.22% de la superficie del estado. Cuenta con 19 localidades y una población total de 2 480 habitantes. (INEGI, 2010c).

Figura 2
Municipio de Santa Catarina Ixtepeji



Fuente: SAGARPA 2005, tarjeta municipal de información estadística básica.

A continuación Santa Catarina Lachatao población ubicada entre los paralelos 17°05' y 17°17' de latitud norte; los meridianos 96°27' y 96°33' de longitud oeste; altitud entre 1 800 y 3 200 m. Colinda al norte con los municipios de Santa Catarina Ixtepeji, San Juan Chicomezúchil y San Miguel Amatlán; al este con el municipio de San Miguel Amatlán; al sur con los municipios de Villa Díaz Ordaz, Teotitlán del Valle y Tlaxiactac de Cabrera; al oeste con los municipios de Tlaxiactac de Cabrera y Santa Catarina Ixtepeji. Ocupa el 0.11% de la superficie del estado. Cuenta con 16 localidades y una población total de 1 097 habitantes (INEGI, 2010c).

Figura 3
Municipio de Santa Catarina Lachatao



Fuente: SAGARPA 2005, tarjeta municipal de información estadística básica.

Por último está San Pedro y San Pablo Ayutla el cual se encuentra entre los paralelos 16°56' y 17°08' de latitud norte; los meridianos 96°02' y 96° 13' de longitud oeste; altitud entre 900 y 2 900 m. El municipio está colindando con los municipios de Santo Domingo Albarradas, San Pablo Yaganiza, Mixistlán de la Reforma, Santa María Tlahuitoltepec y Tamazulápam del Espíritu Santo al norte; al este se encuentra Tamazulápam del Espíritu Santo y Santo Domingo Tepuxtepec; al sur Santo Domingo Tepuxtepec, San Lorenzo Albarradas, San Pablo Villa de Mitla y Santo Domingo Albarradas y al oeste Santo Domingo Albarradas, San Pablo Villa de Mitla y Santo Domingo Albarradas. Ocupa el 0.16% de la superficie del estado. Cuenta con 32 localidades y una población total de 4 319 habitantes. (INEGI, 2010c).

Figura 4
Municipio de San Pedro y San Pablo Ayutla



Fuente: SAGARPA 2005, tarjeta municipal de información estadística básica.

Previo a la visita de campo se elaboró un cuestionario para ser aplicado en las empresas el cual contenía preguntas estructuradas y enfocadas al número de empleados que laboran en la empresa, la identificación de su producto como es la marca, la etiqueta, el nombre, imagen y slogan comercial, la plaza o el lugar donde distribuyen su producto, la fijación del precio y la forma en que promocionan el mismo, así como sus ventas mensuales aproximadas.

Una vez ubicados los espacios geográficos sujetos de estudio y elaborado el instrumento necesarios para realizar la recopilación de la información nos trasladamos a las poblaciones seleccionadas con la finalidad de realizar la encuesta correspondiente, mediante la aplicación de los cuestionarios, para finalmente concentrar los resultados obtenidos y proceder a su estratificación, análisis y estar en condiciones de elaborar el diagnóstico que es la parte final de esta parte del trabajo de investigación.

Resultados

Se encuestaron un total de 13 empresas de las cuales el 15 % se dedican a la extracción y explotación primaria de recursos naturales. El 46 % realizan procesos de transformación, y el 39% se dedica a los servicios, encontrándose ubicadas en los municipios de: San Pedro y San Pablo Ayutla tiene un total de cuatro empresas, Santa Catarina Ixtepeji cuenta con cuatro, Capulalpám de Méndez tiene también cuatro empresas y Santa Catarina Lachatao solamente una.

Del universo 8 son sujetas de estudio en la presente investigación ya que cumplen con los parámetros establecidos, es decir se encuentran legalmente constituidas, cuentan con registro oficial, una como Persona Física, dos como Sociedad de Producción Rural, tres como Sociedad de Solidaridad Social y dos como Sociedad de Producción Rural de Responsabilidad Limitada, por lo que se encuentran ubicadas como MEs según el DOF 2009, y conforman el 62% del total; las 5 restantes no corresponden ya que no se encuentran dentro del rango para esta investigación por no estar registradas y en conjunto representan el 38% del total encontrado.

Figura 5
División del universo sujeto a estudio



Fuente: Elaboración propia

De las empresas sujetas a estudio de acuerdo a su número de empleados según el criterio oficial adoptado para esta investigación, solo una, que representa el 13% de la muestra de ocho, es pequeña empresa y el resto (siete empresas) cuyo porcentaje constituye el 87% se ubican como Microempresas.

Figura 6
División de la muestra sujeta a estudio



Fuente: Elaboración propia

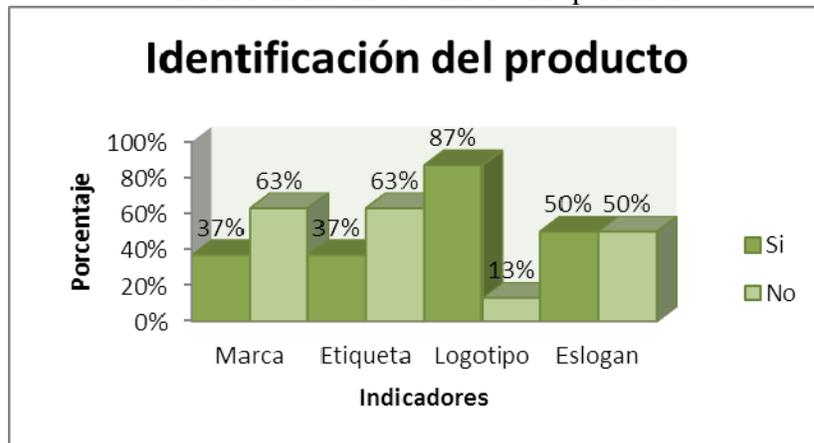
Con respecto al monto de sus ventas anuales es importante mencionar que el total de las encuestadas son microempresas ya que ninguna rebasa los límites de ingresos establecidos en \$ 4 mdp anuales.

Con respecto a la identificación del producto específicamente a la marca, los resultados fueron que 3 si tiene marca y 5 carecen de la misma, lo que en términos porcentuales corresponde a un 37% para las que tiene marca y 63% para las que no tienen.

El resultado de la existencia de etiqueta para su producto es el mismo que la marca esto es que el 37% tienen etiqueta y el 63% carecen de ésta.

En el logotipo el 87% o sea 7 empresas cuentan con un logotipo y 13% no lo poseen. Con respecto al slogan los resultados fueron que el 50% lo tiene y el otro 50% no.

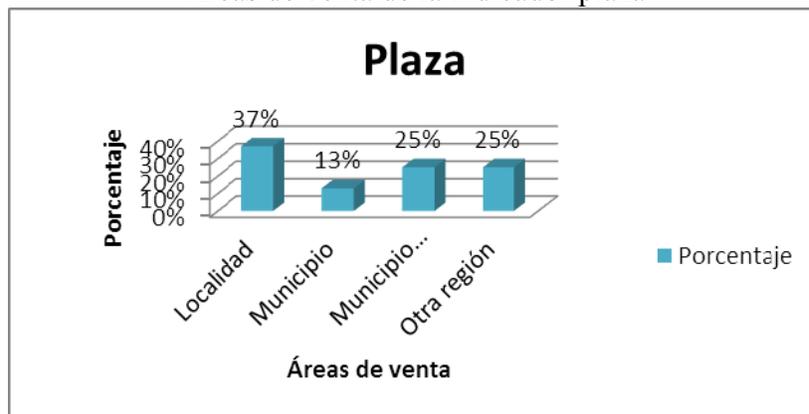
Figura 7
Indicadores de identificación del producto



Fuente: Elaboración propia

En lo referente a la plaza en la que distribuyen sus productos los resultados fueron: el 37% solo vende en la localidad; el 13% vende en el mismo municipio; el 25% en el municipio y en la Capital del Estado; el otro 25% en otras Regiones del Estado.

Figura 8
Áreas de venta de la indicador plaza



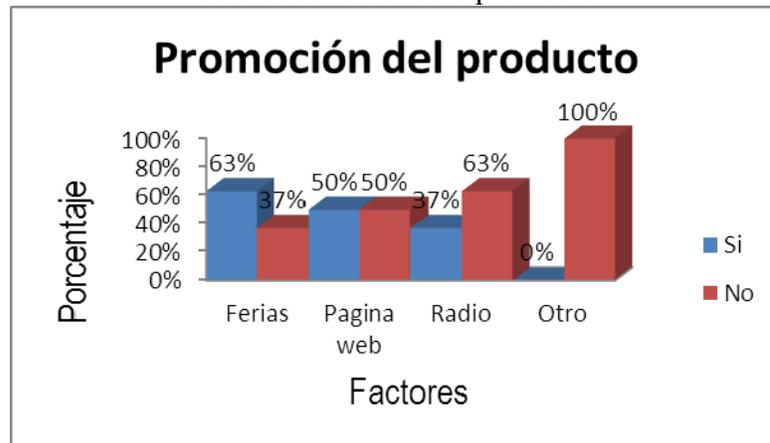
Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la promoción que le dan a sus productos, los resultados son los siguientes: el 63% promociona sus productos en ferias o sea 5 empresas; el 37% no lo promociona en tales eventos. Con respecto a la promoción en páginas web el 50% cuenta con una página y el otro 50% no cuenta con página electrónica.

El radio como medio de promoción es utilizado por el 37% o sea 3 empresas y el resto 63% no lo utiliza.

El total de las 8 empresas no utilizan otro medio de promoción para sus productos.

Figura 9
Factores de la variable promoción



Fuente: Elaboración propia

En lo referente a la fijación del precio de sus productos el 100% de las empresas encuestadas sabe y determina el precio de sus productos.

CONCLUSIONES:

Las empresas encontradas son microempresas comunitarias ya que son consideradas como “Una forma asociativa de producción en la cual las cuotas de capital y trabajo se hacen en términos iguales por las mismas personas las cuales son copropietarias de las utilidades de reserva y capitalización y asumen por igual la responsabilidad de gestión, administración y trabajo“ (Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas. OEA, 1975).

De igual forma se encontraron empresas familiares ya que a los miembros de la empresa les unen lazos consanguíneos y se han organizado como tal para generar el autoempleo, según J. Poza Empresa familiar es aquella en la que dos o más miembros de una familia tienen el 15% o más de la propiedad, que dan empleo a los demás integrantes de la familia y pretenden mantener el control estratégico de la compañía en el futuro (Ernesto, 2004).

Así mismo determina cierta inexperiencia de una cultura empresarial la cual incluye procesos mercadológicos y obtienen bajos ingresos monetarios por la venta de sus productos.

Aun cuando son microempresas están consideradas como empresas familiares; desconocen formas de administrarse ya que no hay una autoridad jerárquica y las decisiones son tomadas por todos los integrantes; carecen de una filosofía empresarial de tipo mercadológica así como de una imagen comercial que les permita identificar sus productos en el mercado; la comercialización de sus productos es en la misma localidad o en localidades cercanas, algunas cuentan con vehículo propio para transportar sus productos, su distribución es directa a los clientes y no tienen intermediarios.

Se determina que las microempresas de esta investigación necesitan de herramientas de mercadotecnia ya que las pequeñas y medianas empresas tienen identificado a su producto, cuentan con un nombre, una imagen, un slogan que las identifica y demás factores relacionados con ésta; en cambio las microempresas apenas si tienen forma para sobrevivir en el mercado local.

En la fase siguiente a estos resultados se propondrá al microempresario las estrategias de un esquema de mercadotecnia que permita la identificación del producto aunado a una promoción y publicidad adecuada a sus necesidades lo que permitirá la rentabilidad, crecimiento y permanencia del negocio.

Una tercera fase consistirá en poner en marcha el esquema, se hará una prueba de dos meses con la finalidad de observar el comportamiento para comprobar la hipótesis.

Referencias Bibliográficas

Libros:

Czinkota, Kotabe. (2001). *administración de mercadotecnia*. México: Thomson.

Ernesto, J. (2004). *Empresas Familiares*. México.: Thomson.

Fisher, L., & Espejo, J. (2004). *Mercadotecnia*. Mc Graw-Hill.

INEGI. (2010c). *Prontuario de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos*. Santa Catarina Lachatao.

Artículos:

Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas. OEA. (1975). *Organización de Empresas Comunitarias Campesinas*. Lima, Peru.: Centro Nacional de Capacitación e investigación para la Reforma Agraria.

Fuentes electrónicas:

Fundes. (s.f.). <http://www.fundes.org/importancia-mipyme-en-america-latina>. Recuperado el 30 de Agosto de 2011.

Gobierno Federal. (31 de Julio de 2009). *Secretaría de Economía*. Recuperado el 16 de Agosto de 2011, de http://www.economia.gob.mx/swb/es/economia/p_Contacto_PyME:

http://www.economia.gob.mx/swb/es/economia/p_Contacto_PyME

<http://www.fundes.org/la-mipyme-america-latina/?lang=es>. (2009). *La Mipyme en América Latina*. México: FUNDES.

Ramírez, J. (2007). *Mercadotecnia*. Maracaibo, Venezuela recuperado el 28 de octubre de 2011

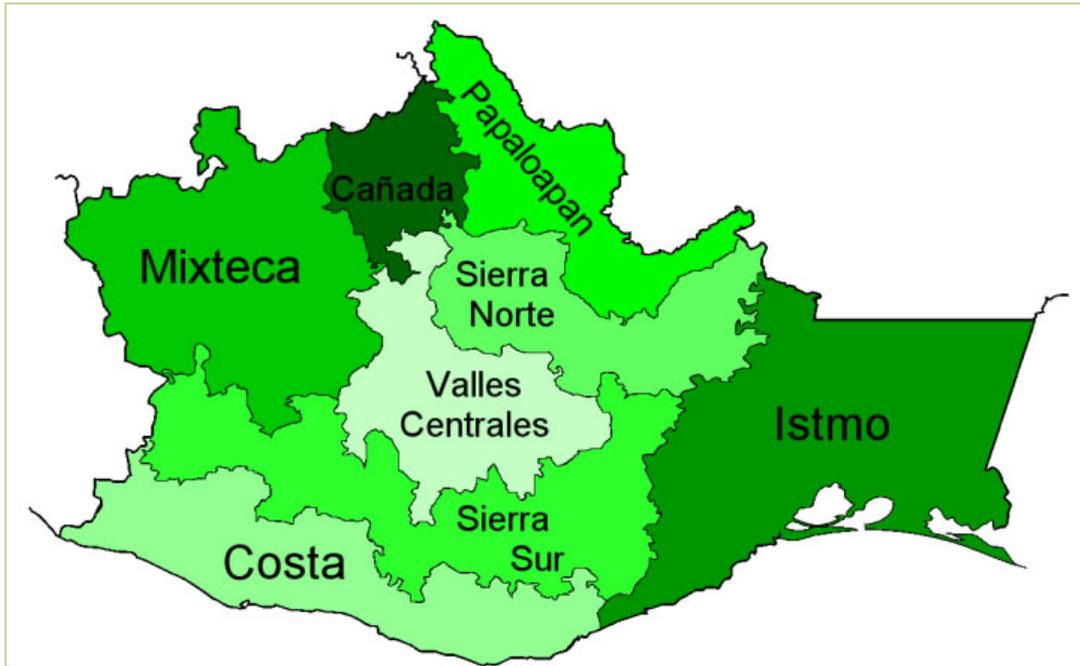
http://www.elprisma.com/apuntes/mercadeo_y_publicidad/mercadotecniaconceptos/

ANEXO 1.
Estratificación de las MIPyMES

Estratificación				
Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

Fuente: (Diario oficial de la federación, 2009)

ANEXO 2.
Estado de Oaxaca división política por regiones



Fuente:
http://www.elpinerodelacuena.com.mx/epc/index.php?option=com_content&view=article&id=6017:realizaran-organizaciones-50-bloqueos-en-ocho-regiones-de-oaxaca&catid=59:oaxaca&Itemid=9

LA FIDELIZACIÓN EN EL SECTOR HOTELERO EN MORELIA COMO PROPUESTA DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD.

Lic. Karina Sandoval Alcaraz, karisa@live.com.mx Universidad La Salle
Dr. Javier Chávez Ferreiro, chavezferreiro@gmail.com Instituto Tecnológico de Morelia
Javier Chávez Zepeda, archi_javier25@hotmail.com Instituto Tecnológico de Morelia

Resumen:

El presente estudio está encaminado a detectar cuántos de los hoteles, con clasificación de 4 y 5 estrellas y de categoría especial o boutique, de la ciudad de Morelia están trabajando con programas de promoción de fidelización, es decir, programas estructurados orientados a los huéspedes que repiten su estancia en un mismo hotel, definiendo este concepto como fidelidad interna (al hotel).

También está encaminado a detectar el porcentaje de repetición de los turistas en sus visitas a la ciudad de Morelia, definiendo esto como fidelidad externa (al destino).

En la actualidad no hay estadísticas registradas, fiables y de libre acceso para los hoteleros acerca de la *fidelización hotelera en Morelia*, tan sólo con estos datos se pueden diseñar campañas de marketing y promoción muy eficientes y a bajos costos, con lo cual la industria hotelera de Morelia puede verse fuertemente beneficiada. Al saber los hoteleros la situación real de *fidelización al destino, Morelia*, y la situación de *fidelización hotelera* en la misma ciudad, pueden aprovechar este nicho de oportunidad para incrementar la competitividad de sus hoteles.

En cuanto a la metodología de la investigación, el presente estudio es *cuantitativo*, puesto que lo que se quiere determinar es el número preciso de hoteles con programas de fidelización y el porcentaje de fidelización de los turistas hacia Morelia como destino turístico. Siendo la variable dependiente *la fidelización en el sector hotelero en Morelia como propuesta de mejora de la competitividad*; y las variables independientes *la fidelidad interna (al hotel) y la fidelidad externa (al destino)*. También se definieron su concepto, dimensiones e indicadores.

Palabras Clave: Fidelización, competitividad, sector hotelero.

Abstract:

The present study aim to identify how many of the hotels, rates 4 and 5 stars and boutique and special status, in the city of Morelia are working with programs structured to promote customer loyalty and programs geared to guests repeat their stay in the same hotel, defining this concept as *internal loyalty* (to the hotel).

It also aims to detect the percentage of repeat tourists on their visits to the city of Morelia, defining this as *external fidelity* (to the destination).

Currently there are no recorded statistics, reliable and free access to the hotel about hotel loyalty in Morelia, only this data can be designed marketing and promotional campaigns very efficient and low cost, which the hotel industry Morelia can be highly benefited. By knowing the real situation of hotel loyalty to the destination, Morelia and the situation of hotel loyalty in the same city, can take advantage of this niche opportunity to increase the competitiveness of their hotels.

Regarding the research methodology, this study is quantitative, since what is to be determined is the precise number of hotels with loyalty programs and loyalty percentage of tourists to Morelia as a tourist destination. As the dependent variable in the hotel sector loyalty in Morelia as a proposal for improving the competitiveness and internal fidelity independent variables (the hotel) and external loyalty (to the destination). They also defined the concept, dimensions and indicators.

Key Words: Loyalty, competitiveness, the hotel sector.

INTRODUCCIÓN

La ciudad de Morelia, Michoacán cuenta con una ubicación geográfica privilegiada, siendo un destino a un máximo de 4 horas de las principales ciudades del centro del país, lo que la hace una opción atractiva para los turistas carreteros de fin de semana o estancias cortas para puentes y pequeñas vacaciones de una semana.

Por otra parte, Morelia cuenta con un aeropuerto internacional, el cual recibió en año de 2008 a 524,200 pasajeros, mientras que para 2009 recibió a 447,600 pasajeros, según datos publicados por el

Grupo Aeroportuario del Pacífico (GAP). Dicho aeropuerto cuenta con vuelos domésticos a las ciudades de México, D.F., Tijuana y Monterrey; y con vuelos internacionales a Houston, Chicago, Los Ángeles y San José, California. (Grupo Aeroportuario del Pacífico), 2010)

Otra de las importantes ventajas que posee Morelia como destino turístico es la proclamación de la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad el 12 de diciembre de 1991. (Bolsa Inmobiliaria Global., 2010)

También se distingue esta ciudad por ser sede de importantes festivales de música clásica, de cine, así como de importantes campeonatos de golf, entre otras actividades culturales.

Estas ventajas competitivas ocasionaron que los empresarios morelianos apuntaran sus esfuerzos hacia la industria turística, logrando colocar a Morelia entre los primeros destinos favoritos del país después de los destinos de playa, hasta el año 2007.

Sin embargo, diversos factores como

- la crisis económica mundial del 2008,
- el ataque de granadas del 15 de septiembre de 2008,
- la crisis de salud pública a causa de la influenza AH1N1 en 2009 y
- la creciente guerra entre el gobierno federal mexicano y el crimen organizado local, han generado un clima de inseguridad entre la población local, no sólo han parado este crecimiento, sino que ha llevado a un retroceso gradual y creciente, que ha vuelto a la oferta hotelera, excesiva a comparación de la demanda.

Esto ha llevado a guerras de precios, que sólo han logrado deteriorar la calidad tanto del servicio como de la infraestructura, por ello, es determinante dejar de lado estas estrategias perjudiciales a corto, mediano y largo plazo y encontrar soluciones que permitan a los hoteles lograr una ocupación suficiente a un precio justo para ambas partes.

La propuesta de esta tesis es describir la situación actual de los hoteles de Morelia, Michoacán, en cuanto a programas de fidelización con sus huéspedes.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.

Existe una falta de conocimiento del índice de fidelización de los huéspedes hacia los hoteles de Morelia. Es decir, los hoteleros morelianos desconocen cuántos de sus huéspedes vuelven a hospedarse repetidamente en sus hoteles. La falta de ésta información documentada y fiable provoca que los costos de promoción sean mucho más altos, puesto que el costo de atraer nuevos huéspedes siempre será más grande que el de atraer a huéspedes que ya conocieron el servicio proporcionado y con un esfuerzo de promoción focalizado a éste mercado la ocupación hotelera puede incrementarse de manera considerable.

Planteamiento del problema.

En una exploración inicial, entrevistando a algunos hoteleros morelianos, entendiéndose por hoteleros a gerentes y dueños de los hoteles, se concluyó que no hay seguimientos formales y registrados de cuantos huéspedes regresan cada año a hospedarse en sus hoteles, ni tienen programas de promoción formales encausados a fomentar la repetición de la estancia de los turistas en un mismo hotel.

Por otro lado, investigando en la Asociación de Hoteles y Moteles de Morelia, en SECTUR (Secretaría de Turismo Estatal) y en el INEGI, no se logró encontrar estadísticas que hablaran la fidelización de los turistas hacia la ciudad de Morelia como destino turístico, es decir, cuantos turistas repiten su visita a Morelia.

Tener información fiable de estos dos factores combinados, la fidelización por parte de los turistas al destino y al hotel, puede ayudar al diseño de programas y campañas de promoción de la ciudad de Morelia y de sus hoteles mucho más eficientes y económicos que los actuales que se están utilizando.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.

Para la realización del presente trabajo de investigación, se plantearon las siguientes interrogantes.

Enunciado de la Investigación.

¿Cuál es la situación actual de los hoteles en Morelia, Michoacán en cuanto a programas de fidelización con sus huéspedes?

Preguntas Específicas.

1) ¿Cuál es el índice de fidelidad hacia los hoteles en Morelia?

2) ¿Cuál es el índice de fidelidad hacia Morelia?

OBJETIVO GENERAL.

Describir la situación actual de los hoteles en Morelia, Michoacán, en cuanto a programas de fidelización con sus huéspedes, así como determinar el índice de turistas que repiten sus visitas a dicha ciudad.

Objetivos Específicos.

- 1) Obtener el índice de fidelidad de los huéspedes hacia los hoteles en Morelia.
- 2) Determinar el índice de fidelidad por parte de los turistas hacia Morelia como destino turístico.

Tabla 10 "CONGRUENCIA METODOLÓGICA 1

CONGRUENCIA DEL PLANTEAMIENTO			
TITULO	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN
LA FIDELIZACIÓN EN EL SECTOR HOTELERO EN MORELIA COMO PROPUESTA DE	Describir la situación actual de los hoteles en Morelia,	1) Obtener el índice de fidelidad de los huéspedes hacia los hoteles en Morelia.	1) ¿Cuál es el índice de fidelidad hacia los hoteles en Morelia?

MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD	Mich., en cuanto a programas de fidelización con sus huéspedes.	2) Determinar el índice de fidelidad por parte de los turistas hacia Morelia como destino turístico.	2) ¿Cuál es el índice de fidelidad hacia Morelia?
------------------------------------	---	--	---

Fuente: Propia, basado en el marco teórico de esta investigación.

JUSTIFICACIÓN.

Permitirá aumentar la fidelización de los huéspedes de un hotel determinado, disminuyendo los gastos de promoción y venta y por consiguiente teniendo un mayor margen para invertir en la experiencia de servicio que ofrece el hotel.

-Trascendencia para la sociedad: La aplicación de los resultados del estudio, permitirá una estabilización de la demanda dentro de un hotel que llevará a un menor gasto de promoción para clientes nuevos, mayor inversión en la mejora del servicio que llevará a un círculo virtuoso que no sólo mejorará la economía del hotel, sino de la ciudad misma.

-Los beneficiados de la investigación: Los hoteleros de la ciudad de Morelia y a largo plazo ciudades similares que deseen aplicar estudios del mismo tipo para incrementar la competitividad en el sector hotelero.

Conocer la realidad de la fidelización por parte de los huéspedes hacia los hoteles de Morelia permitirá a los hoteleros enfocar sus esfuerzos hacia el desarrollo de nuevos programas que logren la lealtad de sus clientes y así poder planificar programas de promoción más eficientes.

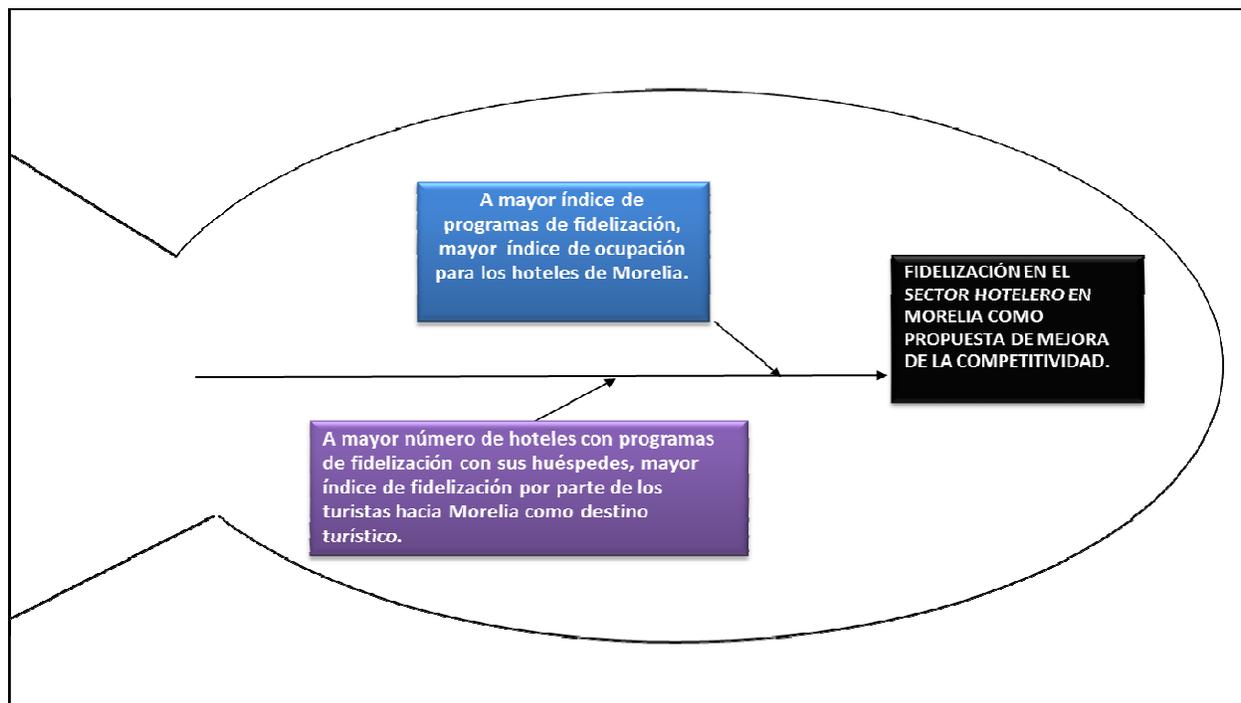
Por otra parte, conocer el índice de fidelidad hacia la ciudad de Morelia como destino turístico por parte de los turistas que la visitan, permitirá al Municipio poner atención a este tema y planificar campañas eficientes que atraigan más al turista que repite sus visitas a esta ciudad, a pesar de las circunstancias sociales desfavorables que han rodeado a la misma.

En la actualidad no hay registros oficiales o estudios que nos indiquen el índice de programas de fidelización que se encuentran implementados en los hoteles de la ciudad de Morelia, Michoacán; y tampoco existen registros del índice de fidelización por parte de los turistas hacia Morelia como destino turístico. Por tanto, contar con esta información sería de gran utilidad para los hoteleros de la localidad, por un lado, dar a conocer la situación real del sector hotelero, si fuera el caso de que pocos hoteles contaran con programas establecidos de fidelización con sus huéspedes, ante esta carencia se mostraría un nicho de oportunidad.

Por otra parte, si fuera el caso que la mayoría contara con programas de fidelización entonces quedaría claro que los esfuerzos de promoción del sector se deberían enfocar en otra dirección.

En cualquiera de los dos casos, contar con información fidedigna y actual de la situación turística de la localidad, en cuanto al índice de fidelización de los turistas con respecto al destino y a los hoteles, será de gran ayuda en la toma de decisiones de dicho sector.

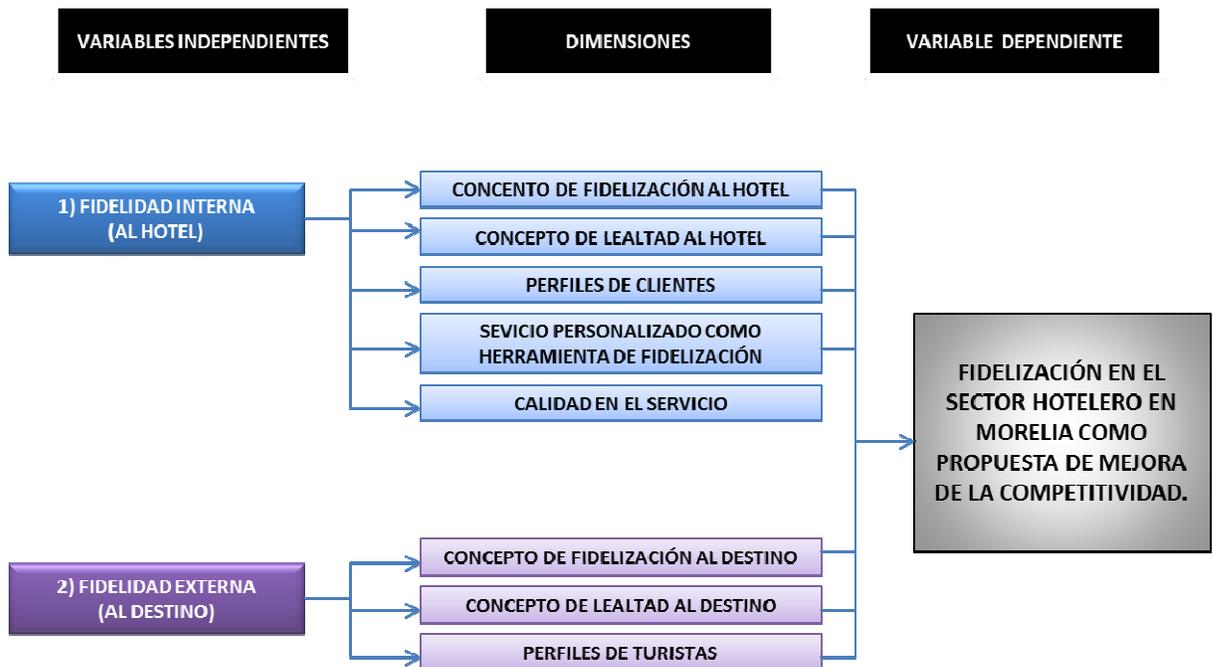
Ilustración 4 "DIAGRAMA SAGITAL DE LA COMPETITIVIDAD HOTELERA A TRAVÉS DE LA FIDELIZACIÓN".



Fuente: Propia, basado en el marco teórico de esta investigación.

DIAGRAMA ESPECÍFICO DE VARIABLES.

Ilustración 5 "DIAGRAMA ESPECÍFICO DE VARIABLES".



Fuente: Propia, basado en el marco teórico de esta investigación.

DEFINICIÓN OPERACIONAL DE VARIABLES.

Tabla 11 "OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES".

Variables Independientes	Definición Real	Definición Operacional	Dimensión de Variables	Indicador de Variables	N° de Item
1)FIDELIDAD INTERNA (AL HOTEL).	FIDELIDAD		1.1)Concepto de fidelización.	Marketing.	1
				Turismo.	2
				CEM (Customer Experience Manegement).	3
				Inbound/Outbound Marketing.	4
				CRM	5
				Marketing Relacional.	6
				Matriz de Fidelidad.	7
				Factores Claves de Fidelización.	8
				Plan de Fidelización Rentable en 5 pasos.	9
			1.2.)Concepto de lealtad.	Modelos de antecedentes de la lealtad del Huésped.	10
			1.3)Perfiles de	Perfil de turista.	11

			clientes.		
			1.4.) Servicio personalizado como herramienta de fidelización.	Servicio.	12
				Calidad.	13
				Tabla de Literatura relevante sobre la Calidad de Servicios desde la perspectiva de Manegement.	14
			1.5) Calidad en el servicio.	El papel del motivo de viaje en el impacto de la calidad de servicio de los hoteles sobre la satisfacción y la lealtad de los clientes.	15
			1.6) Modelización en el Servicio.	Escuela Norteeuropea de Calidad de Servicio.	16
				Escuela Norteamericana de Calidad de Servicio.	17

2)FIDELIDAD EXTERNA (AL DESTINO).			2.1.)Concepto de Fidelización.	CVDT (Ciclo de Vida de un Destino Turístico)	18
				Fidelización en la madurez de un destino turístico.	19
				Revisión literaria de la Fidelidad.	20
				Categorías de Fidelidad.	21
			2.2)Concepto de Lealtad.	Satisfacción y lealtad en servicios turísticos.	22
				Formación de la lealtad en el turismo.	23
				Determinantes de la lealtad .	24
			2.3)Perfiles de Turistas.	Modelo de Lealtad.	25
				Perfil de turista.	26
			Variable Dependiente	Definición Real	Definición Operacional
FIDELIZACIÓN EN EL SECTOR HOTELERO EN MORELIA COMO PROPUESTA DE					27

MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD.					
---	--	--	--	--	--

Fuente: Propia, basado en el marco teórico de esta investigación.

ESTADO DEL ARTE DE LA FIDELIZACIÓN HOTELERA.

Tabla 12 "ESTADO DEL ARTE DE LA FIDELIZACIÓN HOTELERA".

DIMENSIÓN DE VARIABLES (VARIABLE INDEPENDIENTES).	Indicador de Variables	N° de Item	AUTOR	NOMBRE DEL ESTUDIO	PÁGINAS	CONCEPTOS
1.1)Concepto de fidelización.	Marketing.	1	Moreno, Marcelo.	"Marketing Turístico : La fidelización del cliente-turista".	Artículo entero.	Marketing.
	Turismo.	2				Turismo.
	CEM (Customer Experience Management).	3				CEM (Customer Experience Management).
	Inbound/Outbound Marketing.	4				Inbound/Outbound Marketing.
	CRM	5				CRM

	Marketing Relacional.	6				Marketing Relacional.
	Matriz de Fidelidad.	7				Matriz de Fidelidad.
	Factores Claves de Fidelización.	8				Factores Claves de Fidelización.
	Plan de Fidelización Rentable en 5 pasos.	9	http://www.daemonquest.com/es/sectores/turismo_y_ocio	"Turismo y Ocio: Fidelización de Clientes".	Artículo entero.	Plan de Fidelización Rentable en 5 pasos.
1.2.) Concepto de lealtad.	Modelos de antecedentes de la lealtad del Huésped.	10	Zamora, Jorge; Vázquez, Arturo; Morales, Fernanda; Cisternas, Carolina.	"Proceso de la Lealtad del huésped".	201	1) Modelo de antecedentes de la lealtad del huésped.
1.3.) Perfiles de clientes.	Perfil de turista.	11				
1.4.) Servicio personalizado como herramienta de fidelización.	Recursos Humanos en el sector hotelero.	12				
	Tabla de Literatura relevante sobre la Calidad de Servicios desde la perspectiva de Management	13	Serrano, Ana María; López, María Concepción y Gómez, Raquel.	"Gestión de la calidad y turismo: Revisión e implicaciones para futuras investigaciones".	254	Tabla "Literatura relevante sobre la calidad de servicios desde la perspectiva del management".

	El papel del motivo de viaje en el impacto de la calidad de servicio de los hoteles sobre la satisfacción y la lealtad de los clientes.	14	Moliner, C; Potocnik, K; Peiró, J.M.	"Relaciones de las dimensiones funcional y relacional de la calidad de servicio con la satisfacción y lealtad del cliente: el efecto modulador del motivo de viaje en hoteles".	Documento entero.	El papel del motivo de viaje en el impacto de la calidad de servicio de los hoteles sobre la satisfacción y la lealtad de los clientes.
1.5) Calidad en el servicio.	Calidad.	15	Santomá, Ricard y Costa, Gerard.	"Calidad de servicio en la industria hotelera: revisión de la literatura"	2 a 17	Calidad
1.6) Modelización en el Servicio.	Escuela Norteeuropea de Calidad de Servicio.	16	Santomá, Ricard y Costa, Gerard.	"Calidad de servicio en la industria hotelera: Revisión de la literatura.	6,7	1) Escuela Norteeuropea de calidad de servicio.
	Escuela Norteamericana de Calidad de Servicio.	17				2) Escuela Norteamericana de calidad de servicio.
2.1.) Concepto de Fidelización Externa	CVDT (Ciclo de Vida de un Destino Turístico)	18	Martín, Diana.	"Determinantes estratégicos de la fidelidad del turista en destinos	Cap. 1	1) Ciclo de vida de un Destino Turístico. (CVDT)

(al destino).				maduros".		
	Fidelización en la madurez de un destino turístico.	19	Martín, Diana.	"Determinantes estratégicos de la fidelidad del turista en destinos maduros.	Cap. 2	2) Importancia de la fidelización del turista en la fase de madurez del ciclo de vida de los destinos turísticos. IMPORTANTE VER CONCLUSIONES.
	Revisión literaria de la Fidelidad.	20	Martín, Diana.	"Caracterización de las formas de fidelidad del turista a un destino".	Artículo entero.	1) Fidelidad, revisión literaria.
	Categorías de Fidelidad.	21				2) Categorías de fidelidad.
2.2)Concepto de Lealtad al destino.	Satisfacción y lealtad en servicios turísticos.	22	Moliner, Gil y Ruíz.	"La formación de la lealtad y su contribución a la gestión de destinos turísticos".	Artículo entero.	1) Satisfacción y lealtad en servicios turísticos.
	Formación de la lealtad en el turismo.	23				2) Formación de la lealtad en el turismo.
	Determinantes de la lealtad.	24	Vergara, Andrea y Camarero, Carmen.	"El efecto moderador de la complejidad del servicio en la lealtad del cliente".	4 a 17	1) Determinantes de la lealtad.

	Modelo de lealtad.	25	Vergara, Andrea y Camarero, Carmen.	"El efecto moderador de la complejidad del servicio en la lealtad del cliente".	9	2) Modelo de lealtad.
2.3) Perfil de Turistas.	Perfil de turista.	26	Centro de Investigación y Estudios del Tecnológico de Monterrey /CIETEC)	"Perfitur"	19-47	Perfiles de turistas.
DIMENSIÓN DE VARIABLES (VARIABLE DEPENDIENTE).	Indicador de Variables	N° de Item	AUTOR	NOMBRE DEL ESTUDIO	PÁGINAS	CONCEPTOS
FIDELIZACIÓN EN EL SECTOR HOTELERO EN MORELIA COMO PROPUESTA DE LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD.	COMPETITIVIDAD	27	Chávez Ferreiro, Javier.	"Competitividad Internacional de las empresas agrícolas ubicadas en el valle de Zamora exportan fresa a los Estados Unidos de América".	44 a 72	COMPETITIVIDAD

Fuente: Propia, basado en el marco teórico de esta investigación.

UNIVERSO DE TRABAJO.

Los hoteles de Morelia con clasificación 5 estrellas, 4 estrellas y categoría especial. Y los turistas que repiten sus visitas a dicha ciudad.

SUJETOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Los hoteleros de la ciudad de Morelia, Michoacán; con clasificación 5 estrellas, 4 estrellas y categoría especial, tomando una muestra significativa. Y los turistas que repiten sus visitas a dicha ciudad.

Trabajos citados

Bolsa Inmobiliaria Global. (2010).

Centro de Investigación y Estudios Turísticos del Tecnológico de Monterrey (CIETEC). (2009). *Perfitur, Estudio del Turista que visita Michoacán, Resultados 2009*. Morelia: INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY, CAMPUS MORELIA.

Chávez, J., Bonales, J., & Sánchez, G. (2007). *Competitividad Internacional de las Empresas Agrícolas ubicadas en el Valle de Zamora que exportan fresa a los Estados Unidos de América*. Michoacán, México: Instituto Tecnológico de Morelia, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, UNAM.

Daemonquest. (13 de FEBRERO de 2010). *Daemonquest*. Recuperado el 13 de Febrero de 2010, de http://www.daemonquest.com/es/sectores/turismo_y_ocio

Grupo Aeroportuario del Pacífico). (2010).

Harvard Business School. (2005). *Harvard Business Essentials, Una guía para directivos ocupados, enfoques y conceptos para avanzar*. Barcelona: Harvard Bussiness School Publishing Corporation.

Magic of Mexico Specialist. (s.f.). <http://www.magicofmexico.com/MagicProductosESP-Abr11.pdf>. Recuperado el 23 de 08 de 2011, de <http://www.magicofmexico.com/MagicProductosESP-Abr11.pdf>
<http://www.magicofmexico.com/MagicProductosESP-Abr11.pdf>

Martín, D. (2009). "Caracterización del las formas de fidelidad del turista a un destino". *Turydes revista de investigación en turismo y desarrollo local*.

- Martín, D. (s.f.). *Determinante estratégicos de la fidelidad del turista en destinos maduros*. La Laguna: Servicio de Publicaciones Universidad de la Laguna.
- Miralles, P. (2008). La modernización tecnológica, nuevo desafío del sector hotelero. 42-45.
- Moliner, B., Gil, I., & Ruíz, M. E. (2009). *La formación de la lealtad y su contribución a la gestión de destinos turísticos*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Moliner, C., Potoknik, K., & Peiró, J. (s.f.). Relaciones de las dimensiones funcional y relacional de la calidad de servicio con la satisfacción y lealtad del cliente: el efecto modulador del motivo de viaje en hoteles. *R.E.M.E. Revista Electrónica de Motivación y Emoción.*, XIII(35-36).
- Moreno, M. (2005). Marketing Turístico: La fidelización del cliente turista. *Crionet Internet y Marketing con criterio*. Córdoba, Argentina: Adam Smith Open Univesity.
- Programa Magic of Mexico. (8 de 8 de 2011). www.magicofmexico.com. Recuperado el 8 de 8 de 2011, de www.magicofmexico.com: www.magicofmexico.com
- Sánchez, M. V. (2002). *La propuesta A.B.C. (Activity based costing) aplicada al sector hotelero*. Universidad Rovira i Virgili.
- Santomá, G. (s.f.). *Calidad de Servicio en la Industria Hotelera: Revisión de la Literatura*. Universidad Ramon Llull.
- Serrano, A. M., López, M. C., & Gómez, R. (2007). *Gestión de la calidad y turismo: revisión e implicaciones para futuras investigaciones*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Suptcia, local de ventas. San Luis Potosí. (23 de 8 de 2011). <http://www.robertexto.com/archivo8/public.htm>. Recuperado el 23 de 8 de 2011, de <http://www.robertexto.com/archivo8/public.htm>: <http://www.robertexto.com/archivo8/public.htm>
- Vergara, A., & Camarero, C. (2005). *El efecto moderador de la complejidad del servicio en la lealtad del cliente*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Zamora, J., Vázquez, A., Morales, F., & Cisternas, C. (2004). *Proceso de Formación de la Lealtad del Huésped*. Chile: Universidad de Talca.

MEJORA EN LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA: APLICANDO UNA NUEVA TEORÍA DE NECESIDADES, A TRAVÉS DE UN MODELO BASADO EN PROCESOS NEUROQUÍMICOS PARA UNA SEGMENTACIÓN MÁS EFICAZ.

Jaime Bravo Déctor alosthar@yahoo.com.mx Universidad La Salle Morelia

Resumen

Las empresas que desean tener éxito, deben realizar una segmentación de su clientela para que sus productos sean competitivos y su promoción eficiente. Segmentar por necesidades ha demostrado ser sumamente efectivo, sin embargo, existen muchas teorías referentes al tema de cómo surgen las necesidades presentes en nuestros clientes, sin que a la fecha existiera una teoría conclusiva sobre el proceso. Esto ha provocado que en las facultades y en los libros de texto se tenga que seguir utilizando la teoría de Maslow para explicar el tema. Esta teoría que tiene casi 70 años de existencia ha probado ser muy útil por la facilidad que presenta el transmitirla y, sin embargo, no termina de explicar muchos de los comportamientos que el consumidor presenta en la vida real.

El objetivo de este trabajo es presentar un modelo evolucionado de necesidades que pueda utilizarse como punto de partida para la creación de productos más competitivos y que puedan tener un mayor éxito en el mercado.

Palabras Claves: Maslow, Instinto, Necesidades, Neuroquímica.

Abstract

Companies who wish to succeed must perform customer's market segmentation in order to achieve a competitive and efficient promotion. Target Market segmentation by needs has proved to be highly effective. However, there are many theories about how the current needs of our customers emerge. Until now, there wasn't a conclusive theory about that process. This situation has forced the faculties and textbooks to continue to use Maslow's theory to explain the topic. This theory, which has nearly 70 years of existence, has proven very useful because it's very easy to teach, however, does not end to explain many of the consumer behavior that occurs in real life.

The objective of this paper is to present an evolutionary model needs to be used as base for the creation of more competitive products that may have even greater success in the market.

Keywords: Maslow, Instinct, Needs, Neurochemistry

Introducción

Una empresa es competitiva desde el momento que puede acceder en igual o mejores circunstancias que las empresas que desean la parte de mercado que está buscando. Una empresa que busca atender a todo el mercado disponible, lucha contra todas las empresas que atienden a ese mercado. Una empresa que busca un segmento de mercado, sólo necesita enfrentarse con las empresas que actualmente desean abarcarlo. La mejor forma de ser competitivo contra esas empresas radica en ser capaz de entender y satisfacer las necesidades de ese segmento de mercado en específico.

Pero para poder acceder a ellas, primero se debe entender que son, de donde provienen y cómo reaccionan ante la oferta actual.

Maslow es hasta el día de hoy el referente en escuelas de mercadotecnia para entender este concepto de necesidades humanas, ya que a pesar de la obsolescencia evidente de su teoría, sigue siendo, por su simpleza y claridad, la más práctica para dar a los estudiantes la conceptualización básica del principio de necesidades y su existencia inherente en todo ser humano sin excepción.

Sin embargo, en los casi 70 años de avances científicos desde la creación del modelo de teoría de necesidades de Maslow, aunada con el rápido progreso de la comprensión del cerebro humano actual

y los procesos neuroquímicos que nos impulsan a actuar, ha hecho que forzosamente nuestra visión evolucione a replantear la base para una nueva teoría de necesidades.

Base Teórica

En 1943 Abraham Maslow publicó su obra “A theory of human motivation”. Esta teoría revolucionó en su momento la conceptualización que se tenía sobre las necesidades humanas y permitió desarrollar propuestas muy interesantes en el campo de la mercadotecnia que aún hoy en día se utilizan.



(Maslow, 1991)

Sin embargo, el mismo Maslow con el tiempo se dio cuenta que esta teoría dejaba afuera varias cuestiones que no se resolvían con su modelo, así que trató de corregirlas agregándole dos necesidades más en la escala, pero fue incapaz de colocarlas en alguna parte de la pirámide, teniendo que dejarlas como un anexo, evidenciando así la falta de flexibilidad de su propia teoría.

Aun así, los anexos no explicaban ciertas cuestiones. Una de ellas era el hecho de que si la sobrevivencia era lo más importante para el individuo y esta debía completarse para pasar a la siguiente etapa ¿porque de pronto había gente mentalmente sana que se sacrificaba por el grupo o por un hijo con tal de salvarlos? ¿Porque había personas que se dejaban literalmente morir de hambre para poder lograr la aceptación de su grupo social? ¿Porque la gente se hacía adicta al alcohol o a las drogas poniendo en riesgo su seguridad y su vida? Eso hizo que nacieran posteriormente otras teorías referentes directa o indirectamente al origen de las necesidades que buscaban refutar o corregir la teoría de Maslow, pero al final de cuentas todas quedaban cortas en su uso práctico y seguían manteniendo esquemas con fuertes huecos en la explicación de la conducta humana basada en este tema.

Siendo que la mercadotecnia se basa en la comprensión de las necesidades y la forma en que estas deben ser llenadas de forma tal que el cliente quede satisfecho en la máxima expresión de este término, es que le es imprescindible una herramienta que le ayude a comprender la construcción mental de ellas en una forma general e inicial que le ayude a desarrollar este proceso.

Según Kotler et al. (2004), la necesidad es "un estado de carencia percibida" o sea, en otras palabras una necesidad se define por sí misma como algo que sentimos que, sepamos o no que es, falta en nuestra vida para estar en equilibrio. Así mismo, Henry Murray (2006) definió una necesidad como *el constructo que representa una fuerza en el cerebro que organiza la percepción, entendimiento y conducta de tal forma que cambia una situación insatisfactoria y aumenta la satisfacción.*

En mercadotecnia es fundamental entender el concepto de necesidad, ya que es la base para entender al mercado y así acceder a él. Bien dice Stanton et al. (2004) que el mercado está compuesto por "las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo"

y para Kotler, et al. (2004) un mercado es el "conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio". Queda claro entonces que las empresas que entienden las necesidades de su mercado, podrán desarrollar con más eficiencia productos y servicios y por ende tendrán más posibilidades de ser competitivas frente a empresas que no pueden acceder a esta información.

Tradicionalmente las herramientas para entender estas necesidades han sido desarrolladas sobre bases teóricas como fueron en su momento la Pirámide de Maslow de 1943, la ERG de Clayton Alderfer (1972) y la teoría de necesidades de Murray de 1938, esta última en la cual se basaron Atkinson y McClelland para sus respectivas teorías de las tres necesidades humanas.

En tiempos relativamente recientes han aparecido teorías diversas como la de Doyal y Gough (1994) y la de Agnes Heller (1986) pero su intención está enfocada más a establecer teorías económicas que justifican un enfoque marxista que la creación de una teoría aplicable al campo de la mercadotecnia.

Desarrollo de la propuesta

Teoría Neuroquímica de Necesidades

Punto de partida: las necesidades origen.

Este enfoque parte de la idea de que las necesidades tienen en general un inicio primigenio que compartimos todos los seres humanos y que desde ese inicio la cobertura de dichas necesidades se van moldeando, reprimiendo o evolucionando según los procesos neuroquímicos que se van generando durante el proceso en que estas carencias buscan satisfacerse.

Este origen podría definirse como de necesidad instintiva: La necesidad ya programada para el correcto funcionamiento de nuestro organismo y nuestra mente para poder sobrevivir en las diversas etapas de vida de todo ser humano. Son necesidades que se cubren desde el funcionamiento inconscientes más básico (el bombeo del corazón, respirar, estornudar, parpadear, sólo por nombrar algunos), hasta necesidades instintivas más complejas que llegan incluso a ser conscientes y susceptibles de racionalización (necesidad de agruparse con otros seres similares, rechazo a ciertas cosas por su olor o imagen).

Estas necesidades nacidas del instinto, son primarias e ineludibles y deben cubrirse de una forma u otra, sino conllevará consecuencias físicas y psicológicas desde muy claras e inmediatas a muy sutiles y de largo plazo. Algunas consecuencias se pueden definir como muerte, sufrimiento, "retraso físico, intelectual, social y afectivo... padecimientos físicos y mentales... temor y tristeza... falta de apetito, pérdida de peso y sea presa fácil de infecciones" (Avellaneda Dueñas, 2011)

Braidot, (2006) nos dice que "cuando sentimos hambre, el registro de esta necesidad se centra en el hipotálamo. Éste recibe constantemente información acerca del estado del cuerpo a través de una compleja interacción entre las hormonas, las neuropéptidos y los neurotransmisores, se bajan los niveles de glucosa, minerales o lípidos, la información llega desde la sangre, el estómago, los intestinos y las células adiposas. Al registrarla, el hipotálamo manda estas señales hacia la corteza. Allí la información excita las áreas del cerebro que registran conscientemente el hambre con el fin de que organicen la búsqueda, preparación y acción de comer."

Cuando una necesidad puede cubrirse de forma inmediata con los elementos existentes y estos no tienen una connotación negativa para el grupo o la sociedad esta se desarrollará naturalmente. Un ejemplo, que puede ayudar a entender este concepto, parte de que en todas las culturas existe y es aprobado respirar el aire que nos rodea, por ende, nuestra necesidad de respirar es similar a la de prácticamente cualquier ser humano sobre la tierra. Su desarrollo primario no ha sido afectado, en general, por la cultura ni el entorno.

Estornudar tiene otra historia. El instinto primario indica que debemos liberar el estornudo completamente para lograr el fin por el cual fue diseñado. Pero diversas culturas condenan, con razón o sin ella, esta práctica, por lo que, en forma incluso contraindicada para la salud, estos suelen ser retenidos, reprimidos o alterados para así satisfacer las normas sociales del grupo en el que el individuo se desenvuelve.

Dicho lo anterior podemos afirmar que las necesidades se originan desde una plataforma instintual y que estas permanecen constantes sólo en la proporcionalidad en que estas pueden, o no, ser reprimidas, modificadas o alteradas sin riesgo inmediato de muerte por parte del actor.

Necesidades modificadas: Recompensa neuroquímica.

Lo anterior nos dice que todas las necesidades que el ser humano presenta (y que aparentemente son repetidas entre ambos sexos y entre todas las razas, con sus razonables excepciones) están inscritas en alguna secuencia genética, y que estas se van activando a partir de determinados detonadores como la edad, situaciones determinadas u otros factores.

Iversen (1979) afirma que “cada neurotransmisor tiene un efecto específico: excitador o inhibidor, sobre las neuronas. Los transmisores no se hallan distribuidos al azar por todo el cerebro, sino que se localizan en grupos específicos de neuronas cuyos axones se proyectan sobre otras regiones cerebrales de alta especialidad. La superposición de estos diferentes sistemas codificados químicamente y de la red de circuitos neuronales dota al cerebro de una dimensión adicional en cuanto a modulación y especificidad”.

Nuestro sistema está desarrollado entonces para sufrir determinados trastornos ante una carencia al fin de lograr incluso la supervivencia no sólo del ser humano en sí, sino también de su propia especie. Esa parte es natural y autónoma del entorno y de nosotros mismos, así como también está diseñado para que en el momento en que estas carencias son satisfechas total o parcialmente, se reduzca o se termine el trastorno sufrido, e incluso se generen recompensas neuroquímicas en el individuo.

Estas recompensas neuroquímicas provocan distintos niveles de placer en los individuos reforzando así la conducta elegida para suprimir el trastorno originado por la carencia.

Fishbach (1992) comenta que desde la identificación del primer neurotransmisor, en 1921, la lista de candidatos ha ido creciendo alternadamente. A la fecha del artículo se habían identificado más de cincuenta. Así mismo, cada vez se van logrando hallazgos importantes sobre el mecanismo de la síntesis, la forma y el momento en que se liberan estos neurotransmisores, y la forma en que activan los receptores de la membrana postsináptica.

Estos neurotransmisores químicos conllevan en su función la recompensa o el estado de insatisfacción manifiesta que nos impulsa a buscar realizar la acción determinada que nos proporcionara ese placer o esa cesación requerida por nuestro organismo.

Sin embargo, la forma primera en que esta necesidad sea cubierta por primera vez de determinada forma, dependerá de los elementos culturales, económicos y sociales del individuo y la salud mental de los individuos que en mayor o menor medida interactúen con él. Eso hará que las elecciones elegidas sean fijadas en la neuroquímica del individuo como respuestas seguras ante la presencia de carencias o el deseo de experimentar recompensas.

Es importante explicar que la necesidad no es en sí misma la que impulsa al individuo a terminar la carencia, sino el deseo de terminar con los trastornos provocados por la misma y, si está integrado a la respuesta, obtener las recompensas neuroquímicas consecuentes. Esto significa que si pudiéramos dar al individuo algo que interrumpiera el trastorno causado por no poder respirar, comer o beber y además generará la recompensa que se recibe en casos muy específicos, el resultado sería la nula búsqueda de la cobertura misma de la carencia, incluso hasta el extremo mismo de la terminación de vida del individuo, sin que el intervenga para evitarlo.

Esto indica que las necesidades no están escalonadas como Maslow suponía, sino están integradas en sentidos de urgencia; la carencia que desata más trastornos y/o genera más recompensa estará priorizada, pero no significa que una sea superior a otra. Comer, para estos fines, no es superior al deseo de obtener la atención de una pareja determinada, sólo provoca trastornos que se ponen en competencia dentro del individuo; si los trastornos por no comer superan al del deseo de la pareja, esta persona actuara en consecuencia y viceversa.

Esta urgencia está controlada a través de mecanismos aprendidos ya sea en el principio de las resoluciones o a través de los años; por ello hay personas que pueden iniciar huelgas de hambre por semanas por una causa determinada, yendo por completo contra los instintos más primarios del individuo, mientras otras, con sólo algunas horas sin alimento, se vuelven bestias que arrasan con cualquiera que se interponga entre ese trastorno y su terminación.

Los efectos sociales en la recompensa neuroquímica

En un proceso sano, los seres humanos en etapa primaria, cuando son totalmente dependientes de su grupo social para sobrevivir, resolverá las carencias dentro de la medida cultural, económica y psicológica del grupo o persona a cargo. Esta situación es la que determina cuales son los satisfactores elegidos o rechazados primariamente para cubrir la carencia reportada. Si un alimento es entregado por uno de los miembros del grupo (la madre por ejemplo dándole de comer avena caliente al niño mientras le transmite cariño y atención) de forma tal que se potencializa el desarrollo de los neuroquímicos responsables de recompensar tanto el alimento como el cariño, el reforzamiento por ese tipo de alimentos será enorme. Muy al contrario, si la misma persona le diera el mismo alimento mientras le grita y lo maltrata, el reforzamiento negativo hacia ese alimento será muy poderoso.

Esto último es lo que llamaremos *disonancia del estímulo*: un satisfactor que debería cumplir naturalmente su función de cubrir la carencia con su correspondiente recompensa, se verá afectado por los agregados que el grupo le proporcione, distorsionando la percepción del individuo hacia ese determinado satisfactor.

Es esta parte social lo que modifica fuertemente la conducta del individuo con respecto a sus necesidades, y donde las diferencias particularizan a cada individuo. Si bien un grupo tendera a generar una gratificación neuroquímica más o menos intensa ante cada elección posible de satisfactores que nos dará conductas más o menos similares entre los miembros de este grupo, la reacción ante cada elección de satisfactor variara desde sutil hasta marcadamente según los trastornos o recompensas obtenidos con anterioridad en cada elección. Esto se traduce que aunque una conducta pueda evaluarse desde la perspectiva de las tendencias de un cierto grupo, estas no determinan con total certeza la forma en que el individuo reaccionara ante un determinado satisfactor. Por ello, aunque estudiar los grupos sociales como un ente común nos puede acercar a la respuesta neuroquímica del grupo ante determinado estímulo, esto no significa que el estímulo producirá el mismo efecto en todos los miembros de ese mismo grupo.

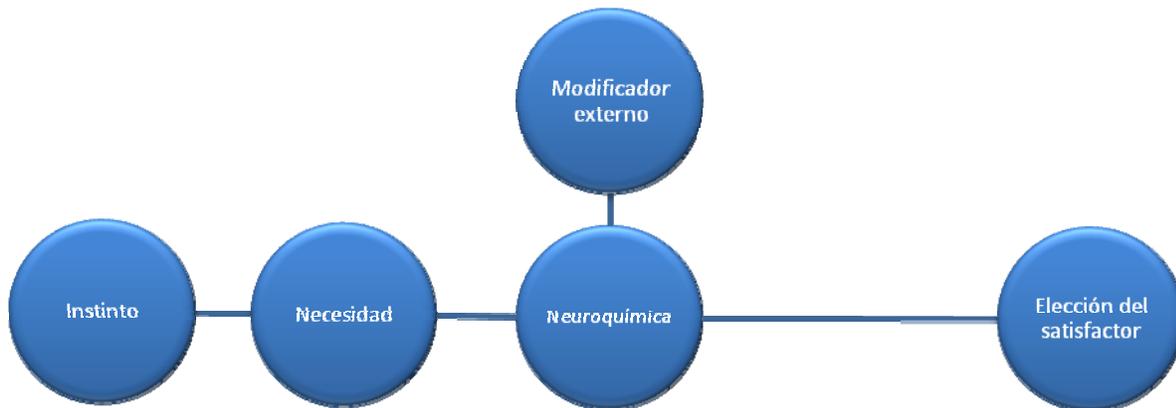
Modelo Neuroquímico

Este modelo, entonces, plantea que las necesidades inician desde una secuencia instintiva dentro del ser humano y las cuales se refuerzan a través de la solución o disminución de trastornos y/o la entrega de neuroquímicos que proporcionan placer al individuo que las recibe. Estas resoluciones de necesidades evolucionan o se distorsionan a través de la interacción química suscitada por la respuesta interna al placer autogenerado (o disminución de trastorno autogenerado) y la respuesta recibida por sus acciones de parte del grupo y/o entorno, y su prioridad es directamente proporcional a la intensidad del trastorno a terminar y/o la recompensa neuroquímica a recibir.

Modelo de Maslow comparado con el modelo neuroquímico

De acuerdo al modelo neuroquímico, las necesidades no se encuentran jerarquizadas, y no requieren, como Maslow plantea, lograr la terminación de una etapa para alcanzar la siguiente. Muy al contrario la necesidad dominante en ese momento; la que de satisfacerse provocaría una disminución muy importante de trastornos o una liberación de neuroquímicos placenteros, se volvería prioritaria incluso sobre necesidades que requieren satisfacerse para sustentar la vida misma. Esta visión permite entender con más claridad los procesos en mercadotecnia que la pirámide de Maslow no podía resolver y que caía en sutiles e incluso importantes contradicciones dentro de su modelo.

Desde el modelo neuroquímico, podemos explicar porque las personas caen en la anorexia, matándose de hambre mientras su cuerpo se consume hasta fallar; porque las personas toman drogas o alcohol hasta que sus órganos dejan de funcionar y otras conductas que desde la visión de Maslow y otros teóricos no tenían sentido.



Conclusión

La aplicación del Modelo Neuroquímico permitirá explicar con mayor precisión la elección de satisfactores, basados en el análisis de los trastornos y recompensas y su modificación externa. Las empresas que lo utilicen como base de sus estudios encontrarán información mucho más útil y podrán desarrollar productos mucho más competitivos que quienes utilicen un sistema basado en la teoría de Maslow. De esta forma podrán enfrentarse contra empresas más grandes y con mayores recursos, que sin embargo, siguen manejándose con modelos menos avanzados de análisis de mercado.

Es importante recalcar que este modelo depende todavía de los avances neuroquímicos que están desarrollándose en estos momentos. Aunar la ciencia neuroquímica a los estudios de necesidades abre infinitas puertas de desarrollo, llevando a la mercadotecnia a un lugar más cercano a las ciencias sociales de lo que ha estado hasta el día de hoy.

Bibliografía

Libros:

- Aldefer, C. P. (1972). *Existense, Relatedness, and Growth; human Needs in Organizational Settings*. New York: Free Press.
- Braidot, N. P. (2006). *Neuromarketing: Neuroeconomía y Negocios*. Madrid: Puertonorte_sur.
- Doyal, L., & Gough, I. (1994). *Teoría de las necesidades humanas*. Barcelona: Icaria.
- Heller, A. (1986). *Teoria de las necesidades de Marx*. Barcelona: Ediciones Peninsula.
- Murray, H. (2006). *Test de Apercepción Temática: Manual para la aplicación Psicometría y Psicodiagnóstico*. México: Paidós.
- Stanton, E. y. (2004). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Mc Graw Hill.

Artículos:

- Fishbach, G. (1992). Mind and Brain. *Cientific American*, 8.
- Iversen, L. (1979). Quimica del Cerebro. *Scientific American, El Cerebro*, 85-95.
- Kandel, E. (1984). Steps toward a Molecular Grammar for Learning in to the nature of memory: exploration into the nature of memory. En Wiley, *Medicine, Science, and Society. Symposia celebrating the Harvard Medical School bicentennial* (págs. 555-604). New York: K.J Isselbacher.
- Reza Becerril, J. O. (2005). Instinto y Conducta Humana. *Ciencia y tecnología en la frontera*, 68-72.

Fuentes electrónicas

- Avellaneda Dueñas, O. H. (2011). Disciplina, maltrato infantil y privación psicoafectiva. *Pediatría. Organo Oficial de la Asociación Colombiana de Pediatría, Contenido*, En: <http://encolombia.com/medicina/pediatria/pediatria40305-disciplina.htm> (Accesado el día 24 de Septiembre de 2011).

BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE MERCADOTECNIA EN UNA ASOCIACIÓN CIVIL.

CASO: CANIRAC TIJUANA, BAJA CALIFORNIA.

Martha Ofelia Lobo Rodríguez, mlobo@uabc.edu.mx Universidad Autónoma de Baja California
Onésimo Cuamea Velázquez, mlobo@uabc.edu.mx Universidad Autónoma de Baja California

Resumen:

El presente trabajo aborda el tema acerca de los beneficios de implementar un Plan de mercadotecnia en una Asociación Civil, específicamente al caso de CANIRAC Tijuana, con el cual se tiene como objetivo contribuir para el aumento de participación de mercado del organismo, debido a que actualmente solo cuenta con el 6% de participación del mercado meta. El mercado meta de *CANIRAC Tijuana* son los establecimientos de esta ciudad, que ofrecen servicios de Alimentos y bebidas con un lugar establecido y permiso de operación. Al analizar la situación de *CANIRAC Tijuana* se observa que no cuenta con un plan de mercadotecnia estructurado que mencione cuales son las acciones concretas a seguir para cada uno de los elementos de mercadotecnia sólo se hacen acciones en forma dispersa.

El objetivo general del presente trabajo es realizar un Plan de Mercadotecnia para CANIRAC Tijuana, para el cual se utilizó el modelo del autor Philip Kotler, desarrollado partiendo del análisis de la situación actual de la empresa, mismo que se conoció mediante técnicas cuantitativas y cualitativas. Los resultados evidencian carencias importantes en aspectos fundamentales del área como la elaboración de un documento escrito en el que de una forma sistemática y estructurada, previa realización de los correspondientes análisis y estudios, se definan los objetivos a conseguir en un período de tiempo determinado, así como acciones concretas respecto a la mezcla de mercadotecnia.

El Plan de mercadotecnia propuesto implica, resumen ejecutivo, análisis de la situación, objetivos de mercadotecnia, estrategia, mezcla de mercadotecnia (producto, precio, plaza y promoción), presupuesto y control.

Palabras clave: Plan de mercadotecnia, turismo, CANIRAC, asociación civil, pymes.

Abstract

The current document deals with the topic of getting benefits by setting up a Marketing Plan in a nonprofit corporation; in specific, in the CANIRAC Tijuana (Restaurants' Commerce Chamber). This plan's goal is to contribute in raising the market share for this chamber, as long as it currently has only a 6% from the target market; which is every single food or drink shop legally established and running with all permits under rule.

By analyzing Tijuana's CANIRAC situation; it turns out that it doesn't have a structured Marketing Plan, or a document which states specific actions to follow for every Marketing component. It seems CANIRAC is only executing scattered actions.

General goal for this research, is to set up a Marketing Plan for Tijuana's CANIRAC; based upon Phillip Kotler's model and developed from chamber's current business situation and by using quantitative and qualitative research techniques. Resulting evidence shows up a strong lack in fundamental areas, such as a written document which should state –in a systematic and structured way– chamber's goals, timelines and deadlines; components that should be also stated in the Marketing Mix.

The proposed Marketing Plan includes an executive summary, business situation analysis, marketing goals, strategy, marketing mix (product, price, place and promotion), budget and evaluation instruments.

Key words: Marketing plan, tourism, CANIRAC, nonprofit corporation, SMEs.

INTRODUCCION:

La *Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados* es una Institución de interés público, autónoma, con personalidad jurídica y patrimonio propios, que está integrada principalmente por las empresas restauranteras. Es una Institución **NO LUCRATIVA**. La Delegación de Tijuana fue fundada en el año de 1974, tiempo en el cual contaba con un aproximado de 2000 afiliados. En este tiempo el pertenecer a la Cámara que le correspondía era una obligatoriedad para todas las empresas, razón por la cual todas las cámaras se veían beneficiadas al contar en su membresía con la totalidad de empresas registradas en el Ayuntamiento. En 1995, se derogó la ley que obligaba a las empresas a estar afiliadas a Cámaras, dejándolo sólo como algo opcional, ocasionando una gran baja en los afiliados de todas las cámaras del País. Para 1996, CANIRAC contaba todavía con un aproximado de 1600 afiliados, porque la ley aún no tenía mucha promoción, y los restauranteros desconocían el cambio de la misma, además de que algunos se afiliaban por costumbre o por las ventajas que les ofrecía ser socio de la misma. A partir de 1997, la afiliación comenzó a disminuir, como resultado de la falta de obligatoriedad, la cual ya era más conocida, además de la falta de atención de la Cámara a sus socios, para este año ya sólo tenían aproximadamente 800 restaurantes afiliados. A partir de esta fecha CANIRAC TIJUANA, ha ido perdiendo a sus afiliados de forma drástica, hasta llegar a tener sólo 79 empresas afiliadas, lo que representa el 6% del mercado. (Dato al 30 de octubre de 2011).

Durante estos 10 años CANIRAC no ha elaborado un plan de mercadotecnia, lo que significa que no cuenta con objetivos de mercadotecnia ni estrategias o planes para el logro de sus objetivos.

Hablar de mercadotecnia es hablar de un complejo mundo de medios, métodos, requerimientos, administración y organización de actividades conjuntas, con el fin de satisfacer necesidades de dos partes o bien vender un producto o servicio. Para entrar en el tema se inicia con una recopilación de algunas definiciones que proponen diversos expertos, como son: Philip Kotler, William J. Stanton, Al Ries, Jack Trout y la American Marketing Association. Con esto se llega al final a un breve análisis estructural para tratar de entender el verdadero alcance que tiene la mercadotecnia en nuestros días.

Según Philip Kotler, "La mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes", mientras que para Kotler la mercadotecnia es un proceso que se tiene que seguir para satisfacer las necesidades ya existentes de los individuos mientras que Jerome McCarthy, Premio Trailblazer de la American Marketing Association, considera que más que satisfacer las necesidades existentes se deben de anticipar a las necesidades del consumidor y la define como "La realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente". Stanton, Etzel y Walker, la consideran como un sistema en el que se debe de utilizar cuatro "P"s, y la definen como "Un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos que satisfacen necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización". Para la American Marketing Association (AMA) "La mercadotecnia es una función de la organización y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes y para manejar las relaciones con estos últimos, de manera que beneficien a toda la organización".

El plan de mercadotecnia puede presentarse en formas diferentes, dependiendo del tipo de negocio y la complejidad del mercado. Este documento incluye una estructura y una serie de actividades que deberán realizarse. La elaboración de un plan de mercadotecnia es una tarea realmente compleja, en la que ha de utilizarse un criterio de planificación y metodológico riguroso. Con su elaboración se pretende sistematizar las diferentes actuaciones para conseguir los mejores resultados de acuerdo con las circunstancias del mercado. Los planes de mercadotecnia tienen un período de validez máximo de un año, ya que existen los planes estratégicos de mercadotecnia que son realizados a largo plazo, tres o cinco años, en los que se contemplan las acciones anuales de mercadotecnia, que coordinadas a las de los otros departamentos de la empresa, financieros, recursos humanos, producción, etc. establece el plan estratégico de la compañía. Debemos tener en cuenta que el plan de mercadotecnia no es algo mágico que hace que se incrementen las ventas de nuestra empresa, sino el fruto de una planificación constante con respecto a nuestro producto o servicio y la venta del mismo con respecto a las necesidades detectadas en el mercado. Cualquier empresa, independientemente de su tamaño, tipo de actividad o entorno en el que opere, debe trabajar con base en un plan de mercadotecnia.

El plan de mercadotecnia es un instrumento esencial en toda empresa, ya que facilita la comercialización eficaz de cualquier tipo de producto o servicio. Resulta muy arriesgado intentar que una empresa triunfe sin haber elaborado previamente un plan de mercadotecnia el cual debe ser adecuado al tamaño de la empresa. No existe un modelo válido para todas ellas, cada empresa lo tiene que adaptar a sus propias necesidades, abordando todas y cada una de las variables que componen la mercadotecnia, prestando mayor o menor atención a cada una de ellas en función de los distintos factores ajustados a la propia vida interna de la empresa y a la tipología de su organigrama. Así pues, podemos encontrar tantos planes de mercadotecnia como empresas.

Podríamos definirlo, para resaltar algunos de los rasgos más característicos, como la elaboración de un documento escrito en el que de una forma sistemática y estructurada y previa realización de los correspondientes análisis y estudios, se definen los objetivos a conseguir en un período de tiempo determinado, así como se detallan los programas y medios de acción que son precisos para alcanzar los objetivos enunciados en el plazo previsto.

Ateniéndonos a la definición anteriormente expuesta, para la realización de un plan de mercadotecnia debemos seguir los siguientes pasos:

- Contestar a la pregunta: *¿dónde estamos?* Requiere la realización del análisis de la situación, tanto interno como externo a la compañía, en el que podremos deducir las oportunidades y amenazas que se le pueden presentar a la empresa como las fortalezas y las debilidades de la misma, esto es, estamos en condiciones de realizar un análisis diagnóstico el cual puede ser un FODA, Matriz BCG, General Electric o Las cinco fuerzas de Porter.
- La segunda pregunta a la que debemos contestar es: *¿a dónde queremos ir?* Responderla supone el establecimiento de los objetivos de mercadotecnia que la empresa fija para un determinado período de tiempo. Estos objetivos pueden ser tanto cualitativos como cuantitativos.
- Una vez planteados los objetivos, deberemos contestar a la tercera pregunta: *¿cómo llegaremos allí? o ¿cómo vamos a alcanzarlos?* La respuesta a esta interrogante supone la determinación de los medios necesarios y el desarrollo de acciones o estrategias a seguir para alcanzar los objetivos. El desarrollo de estrategias supone cualquier cauce de acción o solución que desde el punto de vista de disposición o dosificación de medios se juzga razonable y posible de aplicar para alcanzar los objetivos de mercadotecnia especificados en el plan.

Una vez planteadas las estrategias, se detallan los medios de acción que, siendo consecuencia de la estrategia elegida, tienen que emplearse para la consecución de los objetivos propuestos en el período de tiempo establecido en el plan. Esto implica la determinación de las acciones concretas o tácticas que se van a emplear con respecto a los componentes de la mezcla de mercadotecnia (producto, precio, plaza y promoción). Ahora queda traducir los objetivos y planes de acción en términos de costos y resultados. Por tanto, habrá una cuenta de explotación en la que se detallarán las inversiones que se deben realizar para alcanzar los objetivos y los ingresos que se espera obtener, así se podrá determinar cuál es el beneficio y rentabilidad de la empresa. Para poder asegurarnos de que estamos alcanzando los objetivos previstos por el plan y que nuestras estrategias y tácticas son las más apropiadas, debemos establecer procedimientos de seguimiento y control a nuestro plan de mercadotecnia. Este control tiene como misión asegurar el cumplimiento del plan e implica medir los resultados de las acciones emprendidas, diagnosticando el grado de cumplimiento de los objetivos previstos y la toma de medidas correctoras en el caso de que se considere necesario.

Debido al carácter interdisciplinario de la mercadotecnia, así como al diferente tamaño y actividad de las empresas, no se puede facilitar un programa estándar para la realización del plan de mercadotecnia; ya que las condiciones de elaboración que le dan validez son variadas y responden, por lo general, a diferentes necesidades y culturas de la empresa. Ahora bien, como líneas maestras se aconseja no emplear demasiado tiempo en la elaboración de un plan de mercadotecnia que no se necesita, no debemos perdernos en razonamientos complicados, se debe aplicar la mercadotecnia con espíritu analítico pero a la vez con sentido común, no debemos trabajar con un sinfín de datos, sólo utilizar los necesarios y lo que es más importante, conseguir que sea viable y pragmático.

El plan de mercadotecnia requiere, por otra parte, un trabajo metódico y organizado para ir avanzando poco a poco en su redacción. Es conveniente que sea ampliamente discutido con todos los departamentos implicados durante la fase de su elaboración con el fin de que nadie, dentro de la empresa, se sienta excluido del proyecto empresarial. De esta forma, todo el equipo humano se sentirá vinculado a los objetivos fijados por el plan dando como resultado una mayor eficacia a la

hora de su puesta en marcha. En cuanto al número de etapas en su realización, no existe unanimidad entre los diferentes autores, algunos manejan cuatro pasos y otros hasta ocho, pero en resumen todos indican los mismos procesos sólo aplicados en diferentes fases.

El plan de mercadotecnia implica decidir que estrategias de marketing ayudaran a la empresa a alcanzar sus objetivos estratégicos generales (Kotler, 2001). También menciona que un plan de mercadotecnia debe de contener Resumen ejecutivo, Situación actual de mercadotecnia, análisis de amenazas y oportunidades, objetivos, estrategias, programas de acción de mercadotecnia (producto, precio, plaza y promoción), presupuesto y controles. En este trabajo se diseñará un plan de mercadotecnia con estas características aplicado de acuerdo a las necesidades de la empresa objeto de estudio.

ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN:

Esta investigación beneficia a diferentes sectores de la ciudad, al organismo porque conocerá las necesidades del mercado y las estrategias adecuadas para cubrir las mismas, a la industria gastronómica quien recibirá servicios de acuerdo a sus necesidades y la ciudad de Tijuana ofreciendo servicios de mejor calidad, debido a que su principal oferta turística es la industria gastronómica y CANIRAC es la principal fuente de capacitación, por lo tanto si se mejoran los servicios de CANIRAC esto impactará en los servicios que se les ofrece a turistas nacionales y extranjeros. Con esta investigación básicamente se aporta el conocimiento acerca de cómo elaborar un Plan de Mercadotecnia para *CANIRAC Tijuana*, el cual puede servir de modelo para aplicarse no sólo en esta Cámara, sino en otras *CAMARAS* del estado o del País.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Conforme a lo analizado surgen las siguientes **PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN:**

- 1. ¿Qué servicios requieren los restauranteros de la ciudad para afiliarse a *CANIRAC Tijuana*?**
- 2. ¿Cuáles son los canales necesarios para que los servicios de *CANIRAC Tijuana* lleguen de forma efectiva a su mercado meta?**
- 3. ¿Cuánto están dispuestos a pagar los restauranteros por los servicios ofrecidos por *CANIRAC Tijuana*?**
- 4. ¿Conocer los elementos de la mezcla de promoción que se requieren para dar a conocer los servicios de *CANIRAC Tijuana*?**

OBJETIVO GENERAL

- Diseñar un plan de mercadotecnia para *CANIRAC Tijuana*.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Conocer los servicios que demanda el mercado meta de *CANIRAC Tijuana*.
- Determinar los canales de distribución necesarios para que los servicios de *CANIRAC Tijuana*, lleguen de forma efectiva a su mercado meta.
- Proponer un método de fijación de precios para los servicios de *CANIRAC Tijuana*.
- Proponer la mezcla de promoción adecuada para dar a conocer los servicios de *CANIRAC Tijuana*.

METODOLOGIA

Para la presente investigación se tomo como población los establecimientos de venta de alimentos y bebidas de la ciudad de Tijuana, que cuentan con permiso de operación (1262 restaurantes). Para determinar la muestra se utilizo **muestreo probabilístico por conveniencia**, ya que la elección de la misma no dependía de la probabilidad sino de las características de la investigación. Dando como resultado una muestra de **101 empresas** con un grado de confianza del 95% y un grado de error de ± 10 .

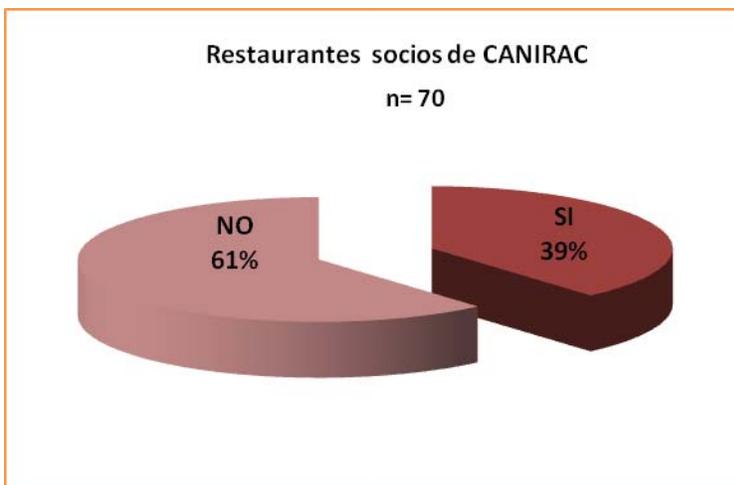
Se utilizo como instrumento un cuestionario con el objetivo de obtener información cuantitativa y cualitativa, contiene preguntas cerradas, reforzadas con abiertas en los temas donde se requiera conocer más a profundidad o la opinión del encuestado, el cuestionario fue dirigido por el encuestador y el objeto de estudio fueron los empresarios de la industria gastronómica. Con el objetivo de conocer la opinión de usuario y no usuarios de los servicios del organismo, el cuestionario se aplicó a tres tipos de restaurantes los cuales son los siguientes:

- Restaurantes socios actuales de CANIRAC.
- Restaurantes que han sido socios de CANIRAC.
- Restaurantes en colonias de nueva creación.

RESULTADOS DEL ESTUDIO

Los principales hallazgos del estudio fueron; Las principales razones por las que los restaurantes dejan de pertenecer a CANIRAC es que la perciben como un organismo que no ofrece beneficios, además que dejó de ser obligatoria, por ende tienen una mala imagen de la misma. Los servicios que han utilizado son capacitación y eventos gastronómicos. Cabe destacar que estos restaurantes les gustaría que CANIRAC dentro de sus servicios ofreciera representatividad con los tres niveles de gobierno. Los restaurantes que perciben a CANIRAC como un organismo que no ofrece beneficios, se debe a que conoce los servicios que ofrecen, pero no los perciben como beneficio de CANIRAC hacia sus socios.

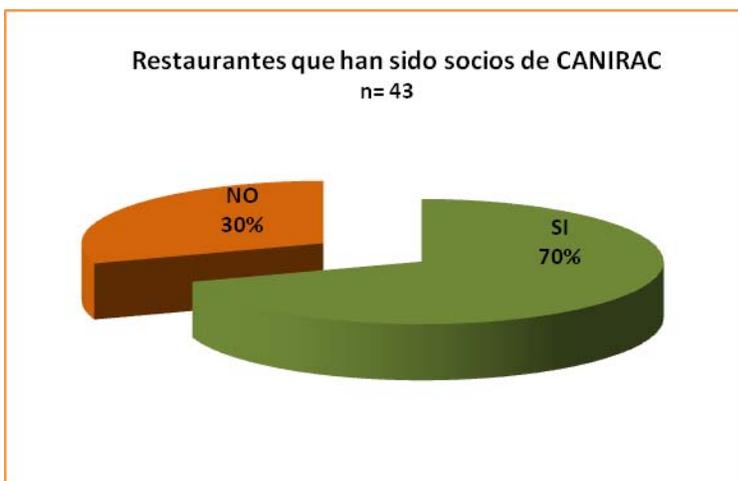
Gráfica 1.1. Socios de CANIRAC



De los 70 restaurantes que si tenían conocimiento de la existencia de CANIRAC, sólo 27 de ellos son socio actuales de la misma, mientras que 43 restaurantes no están actualmente afiliados a la cámara.

Fuente: Investigación de campo,
Noviembre 2010, Tijuana, B.C.

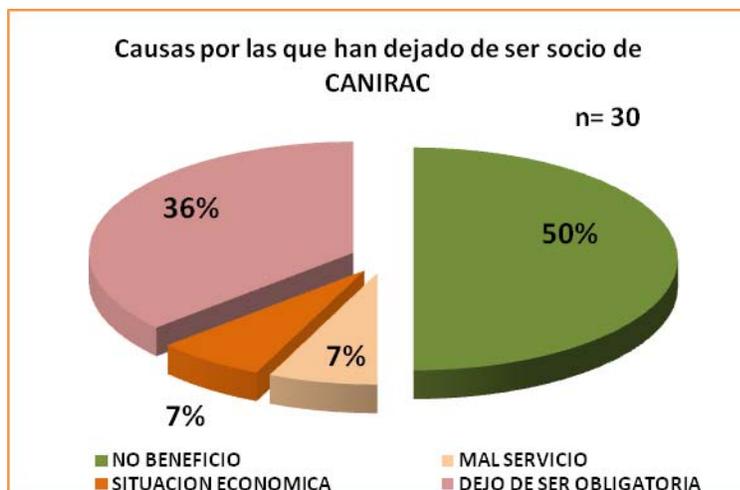
Gráfica 1.2. Han sido socios de CANIRAC.



De los 43 restaurantes que no son socios de CANIRAC, 30 de estos fueron socios de esta cámara en años pasados, mientras que sólo 13 de ellos nunca han pertenecido a ella.

Fuente: Investigación de campo, Noviembre 2010, Tijuana, B.C.

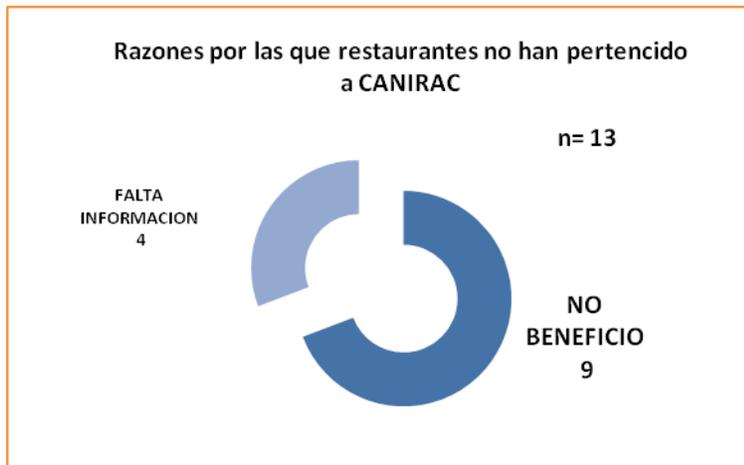
Gráfica 1.3. Causas para dejar de ser socios de CANIRAC.



De los 30 restaurantes que han sido socios de CANIRAC, 15 de estos no les interesa afiliarse a la misma por qué no perciben beneficio alguna de la cámara, 11 restaurantes ya no pertenecen porque dejó de ser obligatoria y solamente 2 por causas económicas al igual que por mal servicio.

Fuente: Investigación de campo, Noviembre 2010, Tijuana, B.C.

Gráfica1.4. Razones de no pertenecer a CANIRAC



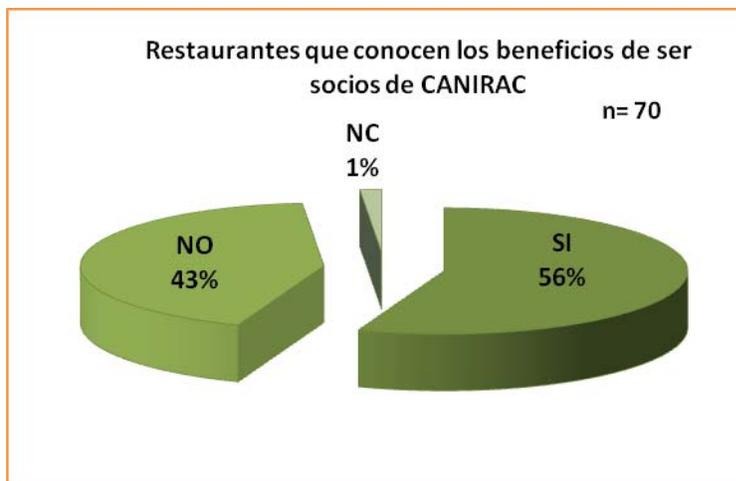
De los 13 restaurantes que no han pertenecido a CANIRAC, el 69% de ellos es porque no perciben algún beneficio de la cámara, mientras que el 31% no tiene información sobre la misma.

Fuente: Investigación de campo, Noviembre 2010, Tijuana, B.C.

Los restaurantes que tienen buena imagen de CANIRAC, son socios actuales del organismo, conocen los servicios y han hecho uso de los mismos, los principales servicios que utilizan son capacitación, eventos gastronómicos, gestión en trámites y convenios. Los servicios que les gustaría que se les ofrecieran son; asesoría en temas de mercadotecnia y apoyo para conseguir financiamiento. Los socios de CANIRAC no conocen los servicios que ofrece por lo tanto no han hecho uso de los mismos, por consecuencia tienen mala imagen del organismo.

Los restauranteros conocen los servicios que ofrece CANIRAC, pero no los ubica como beneficios de pertenecer a la misma. Los restaurantes que no son socios de CANIRAC, utilizan los servicios que ofrece la misma, razón por la cual no lo perciben como beneficio de la cámara hacia sus socios, ya que ellos tienen acceso a los mismos y no son socios de CANIRAC.

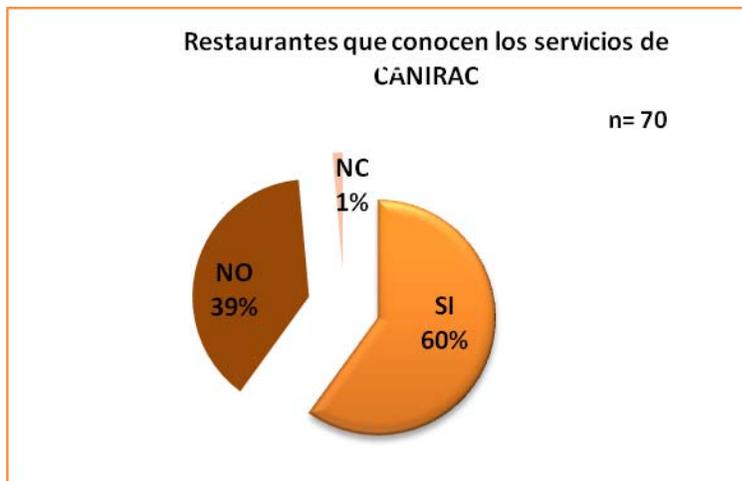
Gráfica 1.5. Restaurantes que conocen beneficios de ser socios de CANIRAC.



De los 70 restaurantes que si tenían conocimiento de la existencia de CANIRAC, 39 de esos mencionaran que si conocen los beneficios de ser socios de esta cámara, mientras que 30 no tienen conocimiento de estos, sólo 1 restaurante no contesto a esta pregunta.

Fuente: Investigación de campo, Noviembre 2010, Tijuana, B.C.

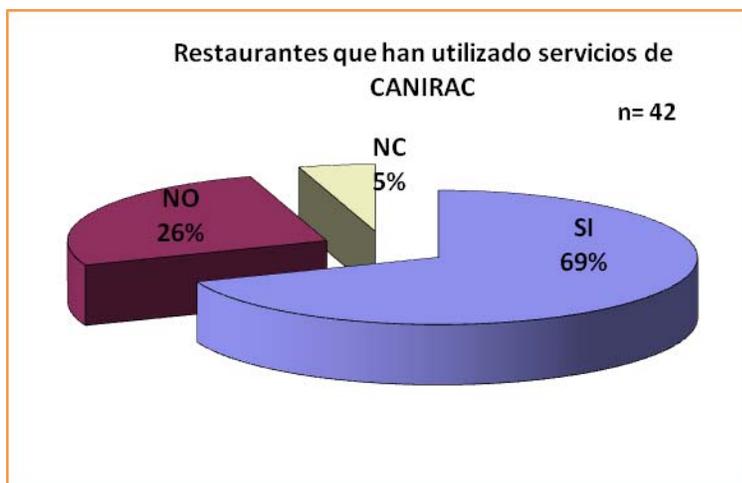
Gráfica 1.6. Restaurantes que conocen servicios de CANIRAC.



De los 70 restaurantes que si conocen CANIRAC, 42 de estos mencionaron si conocer los servicios de esta cámara, mientras que 27 no conoce los servicios que ofrece, solamente 1 restaurante no contesto a esta pregunta.

Fuente: Investigación de campo, Noviembre 2010, Tijuana, B.C.

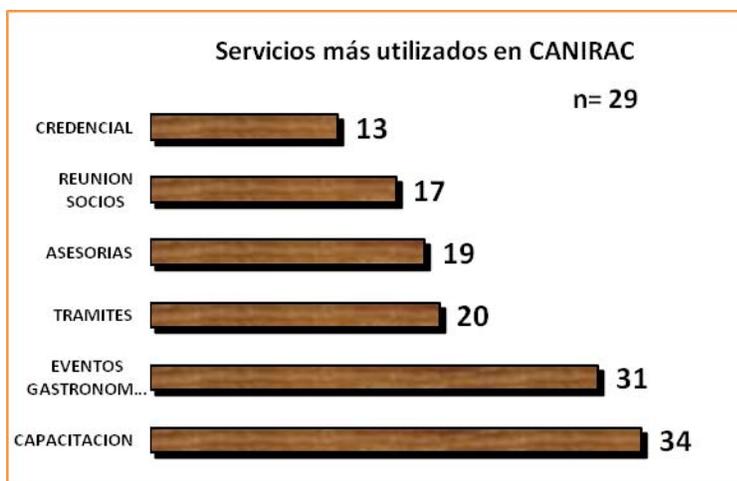
Gráfica 1.7. Restaurantes han utilizado servicios de CANIRAC.



De los 42 restaurantes que si conocen los servicios de la cámara, solamente 29 de ellos han utilizado por lo menos un servicio de CANIRAC, mientras que 11 restaurantes nunca han utilizado alguno y 2 de estos no contestaron.

Fuente: Investigación de campo, Noviembre 2010, Tijuana, B.C.

Gráfica 1.8. Servicios utilizados.

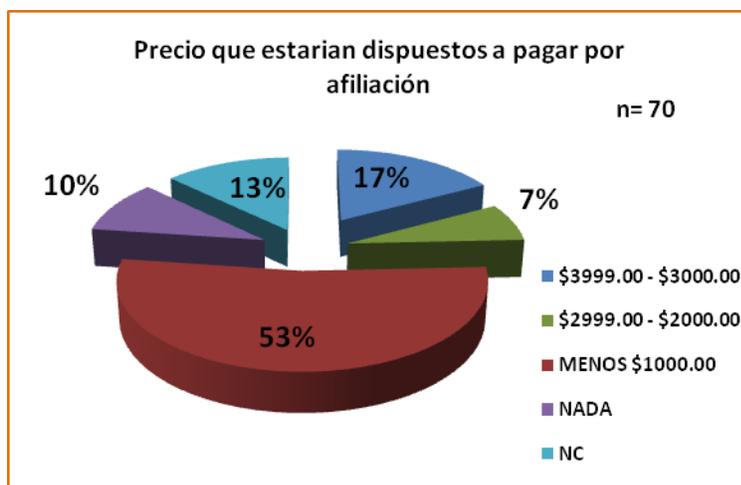


De los 29 restaurantes que si han utilizado algún servicio de CANIRAC, el más utilizado es el de capacitación con un 49%, seguido por eventos gastronómicos con un 44%, en cuanto al servicio de trámites es utilizado por un 29% de restaurantes, el servicio con menos porcentaje de uso es el de credenciales con sólo un 19%.

Fuente: Investigación de campo, Noviembre 2010, Tijuana, B.C.

Los socios de CANIRAC, consideran que el precio que pagan por afiliación es adecuado, mientras que los que no son socios perciben el precio como excesivo, esto es debido a que consideran que CANIRAC no ofrece beneficios. En lo que respecta al precio de capacitación, los principales usuarios de este servicio son socios, de los cuales una parte de ellos consideran que el precio que paga por este servicio es adecuado, el resto de ellos coinciden con los no socios al considerar el precio que pagan por este servicio como excesivo. El servicio de eventos gastronómicos es utilizado generalmente por socios, mismos que coinciden con restaurantes que no son socios, los cuales consideran que el precio que pagan es excesivo. Los restaurantes encuestados, socio y no socios, coinciden en que les gustaría recibir capacitación de forma gratuita al pagar su cuota de afiliación a CANIRAC.

Gráfica 1.9. Precio que pagarían por afiliación.



En relación al precio que estaría dispuesto a pagar por afiliación, 37 restaurantes mencionaron que pagarían menos de \$1,000.00 pesos, 12 pagarían hasta \$3,999.00 pesos y 7 restaurantes comentan que no pagarían nada, por falta de interés a pertenecer a CANIRAC.

Fuente: Investigación de campo, Noviembre 2010, Tijuana, B.C.

Gráfica 1.10. Precio que pagarían por capacitación.



El precio de capacitación que pagarían la mayor parte de los restaurantes encuestados es menos de \$500.00 pesos, por el contrario 10 de estos pagarían hasta \$1,500.00 pesos por capacitarse, 17 restaurantes no comentaron nada al respecto y tan sólo 5 restaurantes dijeron les gustaría no pagar nada por estos cursos.

Fuente: Investigación de campo, Noviembre 2010, Tijuana, B.C.

Gráfica 1.11. Precio que pagarían por eventos gastronómicos.



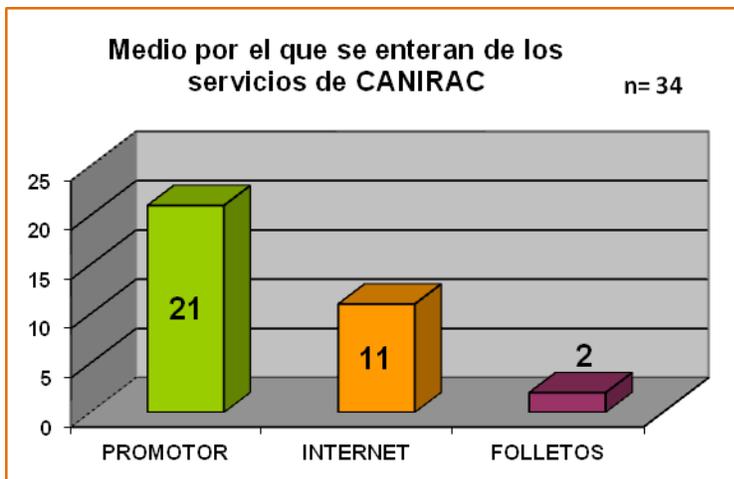
Como se menciona en la Gráfica 4.30, una gran cantidad de restaurantes perciben como excesivo el precio de eventos gastronómicos, razón por la cual, 39 de los 70 encuestados, estarían dispuestos a pagar menos de \$1,000.00 pesos. Contrario a 5 restaurantes que pagarían hasta \$2,499.00 pesos.

Fuente: Investigación de campo, Noviembre 2010, Tijuana, B.C.

Los restaurantes que no son socios de CANIRAC, se enteraron de la existencia de la misma principalmente por la visita de un promotor de CANIRAC, mientras que los socios se enteraron a través de recomendación de amigos o por que ya tienen muchos años perteneciendo a ella. El medio de comunicación más adecuado para llegar a los restaurantes, socios y no socios de CANIRAC, es mediante el promotor de cámara. Un pequeño porcentaje de no socios prefiere a través de proveedores.

Los restaurantes que se ubican en la periferia de la ciudad, tienen de 1 a 5 empleados y el gasto promedio del comensal es de \$ 40.00 a \$60.00 pesos, los restaurantes con estas características no tiene conocimiento de la existencia de CANIRAC y le gustaría recibir información de la misma, los servicios que pueden ser de principal interés para ellos son; apoyo la gestoría de trámites de gobierno y cursos de capacitación.

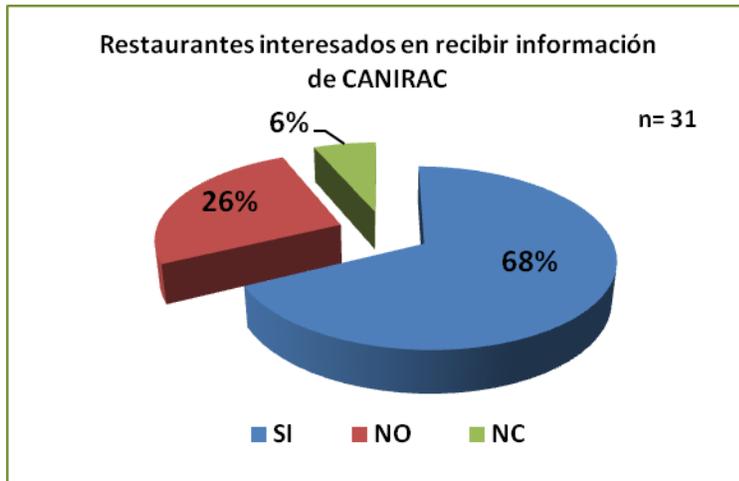
Gráfica 1.12. Medio de comunicación de servicios.



De las 34 empresas que si han utilizado los servicios de CANIRAC, 62% de estas se han enterado de estos servicios a través del promotor de cámara, mientras que el 32% por medio de Internet, específicamente correo electrónico y sólo el 6% por folletos.

Fuente: Investigación de campo, Noviembre 2010, Tijuana, B.C.

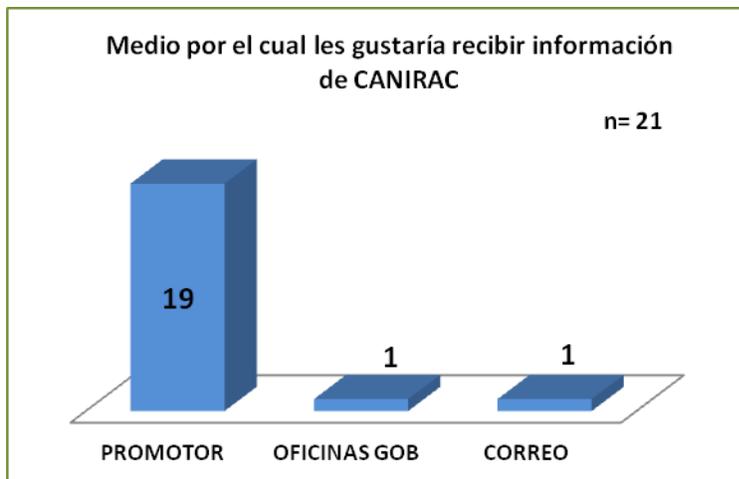
Gráfica 1.13. Restaurantes interesados en recibir información de CANIRAC.



21 de los 31 restaurantes que no tienen conocimiento de la existencia de CANIRAC, menciona estar interesado en recibir información de la misma, mientras que 8 dijeron no estar interesado.

Fuente: Investigación de campo, Noviembre 2010, Tijuana, B.C.

Gráfica 1.14. Medio ideal para recibir información de CANIRAC.



De los 21 restaurantes interesados en recibir información de CANIRAC, el 90% coincide en que el medio adecuado para ellos es el promotor de CANIRAC, mientras que el 5% mencionó oficinas de gobierno y el resto por correo electrónico.

Fuente: Investigación de campo, Noviembre 2010, Tijuana, B.C.

investigación se llega a la siguiente propuesta para un plan de mercadotecnia para CANIRAC Tijuana.

Los servicios que CANIRAC ofrece a los restaurantes no están fuera de la realidad, el problema de la baja participación de mercado, no son consecuencia de los servicios que ofrece, si no a la falta de promoción de los mismos. La principal debilidad de CANIRAC, es la falta de promoción de sus servicios, así como la diferenciación de precios entre socios y no socios, además de requerir de una modificación a sus líneas de producto y su canal de distribución.

Aunque bien, los servicios no son el problema, durante la investigación se detecto que existen un servicio que deberá sufrir adecuaciones y otros tres que deben hacer extensión de línea. El servicio sufren modificaciones es capacitación, una de estas es aumentar la oferta de cursos, además de implementar un programa de certificación de personal con los cuatro cursos que actualmente ofrece.

Los servicios que extienden su línea son:

Asesorías: agregando asesorías en mercadotecnia.

Gestoría: se agrega gestión de apoyo de financiamiento para PYMES.

Convenios: Hacer convenio con empresas dedicada a la venta de publicidad.

El principal medio de distribución de los servicios del organismo es el promotor de cámara, mediante venta directa, lo que ocasiona que CANIRAC Tijuana tenga baja participación del mercado, ya que sólo cuenta con dos promotores para cubrir al mercado meta, mismos que nos son suficientes, pero el organismo no cuenta con recursos para aumentar el número de promotores. Dada esta situación se determinó utilizar un intermediario por ser el canal adecuado para la distribución eficiente de los servicios de CANIRAC Tijuana, mismo que serán responsables de realizar la venta personal de los servicios del organismo, mediante promotores que harán cambaceo en cada restaurante de la ciudad de Tijuana. El intermediario será una empresa que se dedique a la venta de servicios, el cual obtendrá el 50% de comisiones de los ingresos por conceptos de cuotas de afiliación. Para CANIRAC no significara perder el 50% del ingreso, por el contrario es la oportunidad de ganar un 40% más de ingresos por concepto de cuotas de afiliación, mas los ingresos que generen los restaurantes por los servicio que ofrece, además de aumentar sus representatividad y tener la oportunidad de crear posicionamiento con los restaurantes.

Pertenecer a CANIRAC Tijuana, tienen un precio mismo que es determinado por CANIRAC Nacional, mediante un tabulador, de acuerdo al número de comensales y el tipo de permiso de licor con el que cuente. El pago de esta cuota le da el beneficio de obtener de forma gratuita un seguro de responsabilidad civil y contenidos, razón por la cual se consideraba poco probable crear un método de fijación de precios, analizando la situación se propone la estrategia de penetración de mercado, para lograr un aumento significativo en la participación del mercado. Esta estrategia surge como resultado del análisis de la investigación de campo realizada, la cual arrojó que los restaurantes consideran excesivo el precio de la misma, razón por la cual no se puede determinar el precio basado en el valor para el cliente, si no en basa a costos. El precio que estaría dispuesto a pagar es menos de \$1,000.00 pesos. Para el cumplimiento de la estrategia se implementara una campaña en la que al restaurante de nuevo ingreso se le otorgara la cuota inmediata anterior de la que le corresponde. Para los restaurantes socios se ofrecerá un 20% de descuento sobre su cuota anual. En lo que respecta a los servicios de capacitación y eventos gastronómicos, los cuales son los más utilizados por los restaurantes, mismos que consideran el precio de capacitación es adecuado y están dispuestos a pagar por el hasta \$1,500.00 pesos dependiendo de la duración y el tema del mismo, en lo que respecta a capacitación lo consideran excesivo y sólo están dispuestos a pagar hasta \$ 1,499.00 pesos por participar en cada uno de estos. Para estos servicios que son parte de los beneficios de ser socios de CANIRAC TIJUANA, se determino utilizar la estrategia de diferenciación de precios, debido a que los restaurantes no socios de la cámara no los perciben como beneficio, ya que no hay diferenciación

de precios para socios y no socios. Se implementara un precio de diferenciación del 100%. El método de fijación de precios que se utiliza en los servicios de CANIRAC Tijuana, es en base al costo, debido a que son percibidos por el mercado meta como excesivos, además de que el organismo no tiene el posicionamiento necesario para utilizar el método en base al valor.

Uno de las principales causas de la baja participación de mercado que tiene CANIRAC Tijuana, es la falta de comunicación adecuada con los restaurantes, razón por la cual, la mezcla de promoción es una parte fundamental en el presente plan de mercadotecnia. Como se comentó en párrafos anteriores, el medio de comunicación más adecuado para llegar al mercado meta es la venta personal, mismo que el presente plan no considera como parte de la propuesta, no por no ser importante, si no por el contrario, dada la importancia del mismo y la falta de recursos de CANIRAC, para cubrir el mercado, la parte de venta personales estará a cargo de una empresa intermediaria. La venta personal que se apoyara con publicidad, relaciones públicas y promoción de ventas. En lo que respecta a publicidad se utilizaran medios dirigidos como página de internet, catalogo de servicios (trípticos), correo directo, mediante el cual se distribuirán boletín mensual y calendario de cursos de capacitación. Para la distribución del correo directo se realizara convenio con Z Gas, usando su canal de distribución del recibo de consumo. Las relaciones públicas son fundamentales para el cumplimiento de los objetivos del presente plan, ya que es la herramienta adecuada para dar a conocer las acciones que CANIRAC Tijuana realiza en cuestión de representación del sector, en temas de alto impacto para el mismo. En este apartado se realizaran ruedas de prensa, relación con medios de comunicación así como con representantes de los tres niveles de gobierno. Asimismo, también debe de enfocar a las relaciones publicas con los socios, para lo cual se desarrollara un programa de atención personaliza a socios, que consiste en realizar por lo menos llamadas a cinco socios, con el objetivo de hacerlos sentir atendidos, esta llamada debe ser realizada por el presidente del organismo o integrantes del consejo, así como el director. La promoción de ventas esta orienta al cliente final, que son los restaurantes, se utilizaran dos herramientas de promoción de ventas, muestra gratis y descuento. La muestra gratis, está dirigida a restaurantes de nuevo ingreso, tiene como objetivo incentivar la afiliación a CANIRAC en los meses de enero a junio. Se utilizará la muestra gratis para que el restaurantero obtenga un beneficio tangible e inmediato al pagar sus cuota de afiliación, así como que conozca el servicio de capacitación, para que posteriormente lo compre. El descuento se utilizará de Junio a septiembre, se ofrecerá un 20% de descuento en la participación de eventos gastronómicos, al igual que la muestra es para que el restaurantero obtenga un beneficio inmediato y además conozca los servicios adicionales del organismo. La fecha propuesta se debe a que en junio inicia la temporada de eventos.

En resumen, con la mezcla de mercadotecnia propuesta en el presente plan de mercadotecnia para CANIRAC Tijuana, se contestan las preguntas de investigación de la presente investigación, además de contribuir al logro de los objetivos de mercadotecnia del presente plan, los cuales están enfocados a aumentar la participación de mercado del organismo.

Referencias Bibliográficas

Libros:

McCarthy Jerome (2000). *Marketing: Un enfoque global*, 13ª Edición. México: Editorial McGraw Hill Interamericana.

Kotler, Philip y Keller, Kevin (2001). *Dirección de mercadotecnia*, Octava edición, México: Editorial Prentice Hall Hispanoamericana.

Ries, Al y Trout, Jack (2006). *La guerra de la mercadotecnia*, 20ª edición. México: Editorial McGraw Hill

Stanton, Etzel y Walter (2008). *Fundamentos de marketing*, 13ª Edición. México: Editorial McGraw Hill.

Fuentes electrónicas

Secretaría de Desarrollo económico de Tijuana (SEDETI), www.tijuana.gob.mx .

American Marketing Association, www.marketingpower.com

Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados, A.C. www.canirac.org

LA MERCADOTECNIA COMO HERRAMIENTA ESTRATÉGICA PARA LA CAPTACIÓN Y RETENCIÓN DE ALUMNOS EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS FRONTERIZAS DEL NIVEL MEDIO Y MEDIO SUPERIOR EN EL SECTOR PRIVADO

Gilberto Farias Camarero, gfarias@uabc.edu.mx, Universidad Autónoma de Baja California

Trabajo coordinado, revisado y propuesto por:

MM. Martha O. Lobo Rodríguez, mlobo@uabc.edu.mx, Universidad Autónoma de Baja California

Resumen:

De acuerdo con cifras oficiales; el sector de educación particular intenta recuperarse del impacto negativo que la crisis global ha provocado en la demanda de sus servicios y por ende, en su competitividad intersectorial. Ante este hecho, sólo queda el reto de emprender las estrategias correctas para captar o retener inscripciones. Conocer de primera mano los gustos, preferencias y opiniones de los usuarios del servicios –padres de familia y estudiantes– representa un primer paso y un importante ejercicio para obtener valiosa información y así emprender acciones para desarrollar productos y servicios de calidad, competitivos y que generen bienestar entre los usuarios; un objetivo fundamental en la disciplina de la Mercadotecnia.

Palabras clave: administración, marca, mercadotecnia, educación, posicionamiento, captación, retención, diferenciación

Abstract

According to government sources; private education sector stills trying to get over the negative impact caused by the global economic crisis, which is directly affecting to its demand and intersectoral competitiveness. To face this issue, sector has the challenge to launch precise strategies in order to prospect and retain users and student's tuitions. Acknowledging –by first hand– final user's likes and dislikes, preferences and opinions; represents an important first step in order to obtain valuable information, so institutions would be able to start up actions looking to develop quality and competitive products and services that bring up comfort and wealth to their users; which is a primary objective when talking about Marketing.

Key words: management, brand, marketing, education, positioning, prospecting, retention, differentiation

La presente investigación se enmarca dentro de los estudios sobre Administración, Mercadotecnia, Administración de Marca y Mercadotecnia Estratégica y explora –a través de la técnica de Enfoque Grupal (en inglés, *Focus Group*)– conceptos como *imagen, posicionamiento, percepción, diferenciación, valor de marca y ventaja competitiva*; todos ellos aspectos cardinales para la correcta organización, ejecución y evaluación de estrategias de Mercadotecnia. Se busca que los resultados obtenidos generen recomendaciones para –en un futuro favorable– insertarse en un proyecto de diagnóstico, mejoramiento y desarrollo de una institución educativa.

CONTEXTO Y ANTECEDENTES

Tijuana es una ciudad perteneciente al estado de Baja California, México. Dicho estado comprende cinco municipios: Tijuana, Playas de Rosarito, Tecate, Mexicali y Ensenada. Tijuana es

la ciudad más poblada del estado y se ubica a 170 km al oeste de la capital estatal, Mexicali y a alrededor de 40 minutos al norte del puerto de Ensenada.

Junto con Tecate y Playas de Rosarito, Tijuana conforma una zona metropolitana transnacional de dimensiones importantes; pues –de acuerdo con el Censo 2010 del Instituto Nacional de Geografía e Informática (INEGI)– concentra más de 2 millones y medio de habitantes (INEGI, 2011). Su dinamismo como ciudad viene dado por su condición vecina con San Diego, California; una de las ciudades más importantes al suroeste de los Estados Unidos de Norteamérica (en adelante EE. UU.) y con quien se tiene una fuerte relación comercial. Debido a esto –y a la amplia, variada, y relativamente mano de obra barata disponible– la ciudad es un polo de atracción para compañías extranjeras que establecen plantas ensambladoras y toman provecho del Tratado de Libre Comercio (TLCAN) para exportar sus productos de vuelta a Estados Unidos.

El municipio de Tijuana se divide en 9 delegaciones y 4 subdelegaciones. Las delegaciones ofrecen servicios como control urbano, registro civil, inspección y verificación, obras públicas y desarrollo comunitario; mientras que las subdelegaciones no ofrecen tal abanico de servicios. Las delegaciones son: Centro, Mesa, Playas de Tijuana, Mesa de Otay, Sánchez Taboada, San Antonio de los Buenos, Centenario, Cerro Colorado y La Presa. Son subdelegaciones Los Pinos, Mariano-Florido, Insurgentes, Miguel Alemán, La Gloria, Salvatierra, La Villa y Lomas del Porvenir.

La explosión demográfica, la constante inmigración hacia los núcleos urbanos y como consecuencia, el crecimiento de la ciudad; van convirtiendo a Tijuana en una aglomeración de personas cuyas necesidades de educación, vivienda, empleo y servicios son cada vez mayores. Ante este escenario, esta ciudad/municipio deberá emprender estrategias para hacer frente a dicha situación, entre ellas la generación de mayor oferta de planteles educativos.

En este tenor; el Gobierno del Estado –a través de la Secretaría de Educación y Bienestar Social del Estado (SEBS)– ya ha comenzado acciones en el sector educativo de su competencia: el sector público. En 2011, el titular de dicha Secretaría, Javier Santillán Pérez, señaló que “la demanda de espacios para preparatoria se detona en la Zona Oeste de Tijuana, especialmente en las colonias Altamira, Francisco Villa, Los Laureles, El Mirador, Alemán y El Soler, ya que no hay predios para construir más escuelas” y agregó que “el reto importante es la cobertura total de educación media superior, ya que este es el rango edad de alto bono demográfico, que genera dificultades a las autoridades del estado para cumplir pronto con la demanda, específicamente en Tijuana, ya que en el resto de los municipios no existe problema alguno” (García Ocho, 2011).

Lo anterior es por demás interesante; pues señala que existe ya una saturación de planteles y el crecimiento estará dado por la apertura de nuevos lugares en las escuelas ya establecidas; las cuales –de acuerdo con el directorio oficial de escuelas del Sistema Educativo Estatal (SEE)– suman en total 118 preparatorias; de las cuáles 87 son particulares y 31 son públicas.

Cabe aclarar que el presente estudio toma como punto de partida la información disponible en el mencionado directorio; pero –para ejercicios posteriores, tales como encuestas o grupos de enfoque (*focus group*)– se basará en un muestreo intencional que incluirá los principales colegios particulares que cumplan con el perfil de investigación necesario; entre ello, que integren secundaria y preparatoria en un mismo plantel.

Ahora bien; Tijuana conforma una zona metropolitana transnacional de dimensiones importantes; y su condición fronteriza, así como su estrecha relación comercial con Estados Unidos, la vuelve vulnerable frente a los recientes vaivenes de la economía del vecino país. En este sentido, la crisis económica global iniciada en octubre del 2008 impactó negativamente en la demanda de servicios de las escuelas particulares, provocando –por una razón u otra– una importante pérdida para el sector. De acuerdo con Adrián Flores Ledesma, delegando en Tijuana del SEE, la matrícula “decaió en un 18 por ciento respecto al número de alumnos atendidos durante el ciclo escolar 2007-2008, por lo que se vieron obligados a hacer ajustes por la baja de alumnos en todos los niveles, desde preescolar, primaria hasta secundaria”(El Mexicano, 2008).

Asimismo; en el segundo trimestre del año 2011, Jorge Velásquez –presidente de la Asociación de Escuelas Particulares de Tijuana– dejaba en claro una tendencia a la baja, pues indicó que “en el 2010 se tuvo una reducción de 5% de la matrícula, es decir, más de 3,500 alumnos de un padrón de alrededor de 63,000, ya que los padres de familia aún no se recuperan de la crisis económica.” (Cervantes, 2011)

Sin duda un escenario difícil para los colegios particulares.

Antes bien, ya se ha mencionado que la explosión demográfica y la constante inmigración hacia los núcleos urbanos van convirtiendo a Tijuana en una ciudad cuyas necesidades de educación, vivienda, empleo y servicios son cada vez mayores. Tijuana sería entonces un gran mercado en constante crecimiento y una enorme área de oportunidad para nuevas empresas y con ello, nuevas marcas.

Es por lo anterior; que cada vez más empresas, instituciones y organizaciones de todo tipo han notado que –precisamente– uno de sus activos más importantes y valiosos es el nombre de marca asociado a sus productos o servicios. En el entorno económico actual, cualquier persona –ya sea como productor o consumidor– se enfrenta a más decisiones y menos tiempo para tomarlas. Luego entonces, el poder que una marca puede llegar a tener para simplificar este proceso de toma de decisiones es invaluable.

Crear marcas que cumplan no sólo cumplan esa promesa, sino que mantengan y mejoren esa fortaleza con el paso del tiempo es de gran importancia para la dirección de los negocios. Ahora más que nunca, las instituciones educativas compiten entre sí por un mercado de usuarios o consumidores (tanto padres como alumnos) cada vez más informado, más selecto, más exigente. Es precisamente en este escenario de competencia donde las herramientas de Mercadotecnia y el prestigio de las instituciones –como valor de marca– cobrarán mayor sentido para el desarrollo y competitividad de estas instituciones.

Partiendo de estas premisas, la presente investigación se enmarca dentro de los estudios sobre Administración, Mercadotecnia y Administración de Marca y pretende –a través de los diferentes instrumentos y herramientas necesarios para una investigación en estas disciplinas– explorar aspectos cardinales relacionados con la planeación, organización, ejecución y evaluación de estrategias de Mercadotecnia; partiendo de los conceptos, teorías, modelos y otras herramientas disponibles sobre la materia para finalmente adecuarlos en un proyecto de diagnóstico, mejoramiento y desarrollo de una institución educativa.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Como ya se ha comentado, una de las causas del descenso de matrícula en las escuelas particulares ha sido el impacto negativo que la crisis económica global iniciada en octubre de 2008 ha tenido en la demanda de servicios educativos del sector privado, particularmente en instituciones de educación secundaria y preparatoria. Como consecuencia de lo anterior; se han reducido los niveles de inscripciones, se ha provocando morosidad en los pagos de colegiaturas y deteriorado el desempeño integral del mercado educativo particular.

Sumado a lo anterior –y con base en entrevistas informales a los directivos de estas instituciones– se ha detectado que en la mayoría de las escuelas particulares no existe conocimiento de las herramientas de la mercadotecnia, ni un plan comercial de desarrollo, ni objetivos definidos, ni tampoco personal responsable del rumbo comercial. Podría decirse que muchas de estas instituciones siguen un ritmo o una inercia “automáticas”.

Esencialmente, se tienen entonces dos variables en conflicto: por un lado un descenso de la demanda de servicios de educación particular; y por el otro, la ausencia del uso de herramientas que neutralicen este descenso de matrícula. Ante este escenario, la presente investigación pretende determinar si el uso de la Mercadotecnia puede utilizarse en las instituciones educativas como un instrumento que contribuya a la retención y captación de matrícula y por ende; al desarrollo de dichas instituciones.

Si bien es cierto que los factores externos a las instituciones educativas –tales como la crisis económica global– impactan directo en la demanda de sus servicios; la Teoría Administrativa también nos dice que existen factores internos que –si se descuidan– pueden impactar negativamente en las organizaciones. De esta manera, entonces es posible afirmar –como lo hace la reconocida experta en temas de Administración, Lourdes Münch (2010)– que “la calidad de cualquier institución educativa está en relación directa con la aplicación de una adecuada administración” y más aún, que “a través de una correcta administración en instituciones educativas, se logran los objetivos con la máxima eficiencia, eficacia, calidad, productividad y competitividad” (Münch, 2010, p. 14).

Ahora bien; si partimos de la premisa anterior, tenemos entonces que un deficiente *Proceso Administrativo* (es decir, actividades de planeación, organización, dirección y evaluación) puede llevar al fracaso en el logro de objetivos.

En el presente documento –con el fin de investigar lo pertinente y relativo al consumidor– se plantean las siguientes preguntas de investigación:

4. ¿Los consumidores reconocen la marca o elementos diferenciadores de las instituciones de educación particulares?
5. ¿Qué percepción tienen acerca de ellas?
6. ¿Qué opinión tienen de ellas con respecto a otras?
7. ¿Conocen todos los productos y servicios que su institución les puede ofrecer?
8. ¿Se consideran a si mismos satisfechos con los productos y servicios que obtienen de ellas?
9. ¿Consideran que su institución podría ofrecer mejores productos o servicios?
10. ¿Han tenido malas experiencias consumiendo sus productos o servicios?

11. ¿Qué factores consideran importantes para escoger una institución con respecto a otras?

A lo largo de este estudio se intentará responder estas preguntas.

OBJETIVOS

Como objetivo general, se busca reconocer y sustentar la Mercadotecnia como una herramienta estratégica para la retención y captación de inscripciones; así como un valioso e imprescindible instrumento para el pleno desarrollo comercial de las instituciones educativas. Antes bien, para ello deberán cumplirse los siguientes objetivos específicos (cognitivamente ascendentes de acuerdo con la taxonomía de Benjamin Bloom):

- d) Exponer el descenso de la matrícula en las principales instituciones educativas particulares del nivel medio superior (secundaria y preparatoria) de la ciudad.
- e) Distinguir las causas de dicho descenso.
- f) Explicar la importancia del Proceso Mercadológico para el logro de los objetivos en las instituciones educativas.
- g) Detectar si existe conocimiento y práctica del Proceso Mercadológico en las instituciones con descenso de matrícula.
- h) Detectar el posicionamiento que las instituciones con descenso de matrícula tienen en la mente del consumidor.
- i) Proponer acciones para la retención y captación de matrícula.

IMPORTANCIA Y RELEVANCIA

Como ya se ha mencionado – y de acuerdo con el SEE de Baja California– el sector educativo particular intenta recuperarse del impacto negativo que la crisis global ha provocado en la demanda de sus servicios y por ende, en su competitividad intersectorial. Ante este hecho, sólo queda el reto aumentar la competitividad ante el mercado de solicitantes para de esta manera captar o retener inscripciones.

Es precisamente en este escenario que el presente estudio cobra una particular relevancia, pues explora las causas de este descenso de la demanda y propone soluciones al problema de la pérdida de matrícula en el sector educativo.

La presente investigación se considera trascendente y relevante desde la perspectiva de los estudios contemporáneos de Ciencias Sociales, Educación, Administración, Mercadotecnia y Economía; pues el conocimiento generado gira en torno a estas áreas del conocimiento y aportará herramientas útiles para la solución del problema de estudio.

Los grupos beneficiarios con el resultado de la presente investigación serán tanto el sector educativo privado como público; ya que podrán responder a las necesidades sociales de su mercado, desarrollando acciones y servicios educativos de calidad que generen bienestar para los interesados e involucrados.

Sin duda, los resultados del presente estudio responden a una problemática social actual, cuyo impacto podrá verse reflejado en el sector educativo; un sector estratégico para el desarrollo de los países.

ALCANCE

De acuerdo con el reconocido psicólogo Benjamín Bloom (1990), existe una taxonomía o clasificación de objetivos que nos permite acceder al conocimiento a través de tres dimensiones principales: afectiva, psicomotora y cognitiva; siendo esta última aquella que gira en torno al conocimiento y permite la comprensión de cualquier tema dado. En dicha taxonomía cognitiva, existen seis niveles de acción ascendente: conocer, comprender, aplicar, analizar, sintetizar y evaluar.

En este sentido, el alcance del estudio permite –en una primera etapa– conocer y comprender el estado en que se encuentra la demanda de servicios educativos; pues como se presentó ya en los objetivos, se expondrá la situación actual de la matrícula en instituciones de educación y se distinguirán las causas de dicho descenso.

A continuación será posible aplicar la información presentada para analizar la situación del entorno afectado; pues –continuando con los objetivos mencionados– se explicará la importancia del Proceso Administrativo como factor estratégico en el éxito de las instituciones y se detectará si existe conocimiento y práctica del Proceso Mercadológico en las instituciones con descenso de matrícula.

Posteriormente, el alcance del estudio permitirá sintetizar y evaluar los resultados obtenidos para así proponer acciones útiles para la retención y captación de matrícula.

Ahora bien; en términos geográficos, la presente investigación tiene lugar en la ciudad de Tijuana Baja California; y la muestra de instituciones observadas se considera intencional; pues sólo se toman en cuenta colegios que acogen alumnos de familias de mediano y alto poder adquisitivo de la ciudad. Dicha muestra de instituciones incluye veintinueve colegios ampliamente conocidos y distinguidos que además integran –en un solo plantel– educación secundaria y bachillerato. El alcance –en términos de acceso a la información– de la presente investigación estará definido, en gran medida, por la respuesta y participación que dichos colegios ser sirvan prestar a este estudio.

METODOLOGÍA

La metodología para este trabajo de investigación –en este primer avance– integra aquellos métodos pertinentes a las Ciencias Administrativas; y comprende un ejercicio de *Focus Group* para obtener información principalmente cualitativa. Finalmente –y para la redacción del documento final– se utilizará el estilo APA para las citas bibliográficas y los formatos de redacción.

Las fuentes de información serán tanto primarias como secundarias; así como interna como externa. En este tenor, y debido a la naturaleza del tipo de estudio, las fuentes de información primaria –es decir, aquella proveniente de usuarios directos del servicio educativo– serán de gran importancia. Algunos de los instrumentos de investigación considerados se describen brevemente a continuación:

Discusión Grupal

Consiste en un intercambio de ideas y opiniones acerca de un tema específico con un método y una estructura en la que se mezclan la comunicación formal y las expresiones espontáneas de los participantes. Se discute sobre un tema, hecho o problema coordinado por el moderador para obtener las opiniones, llegar a conclusiones y establecer diversos enfoques.

Técnica de Asociación de Palabras

Esta técnica tiene como objetivo que el individuo responda lo primero que se le venga a la mente en relación con una determinada palabra o imagen. Se les presenta a los participantes fotografías, dibujos, videos, diapositivas, transparencias y se les invita a expresar lo que le sugieren esas imágenes.

Técnica de Diferencial Semántico

De acuerdo con Juan Manuel Manes (2010); esta técnica presenta un conjunto de atributos polarizados (ej. costosa/económica) sobre dimensiones valoradas por el cliente (por ej. precio). De esta manera es posible evaluar la imagen real (percibida por el usuario) y la ideal (esperada por la institución). Para ello deberán utilizarse escalas de evaluación (atributos malos/buenos), escalas de potencia (atributos débiles/fuertes) y escalas de actividad (atributos pasivos/activos).

Encuesta

Una encuesta es un estudio en el cual se obtienen datos a partir de realizar un conjunto de preguntas dirigidas a una muestra representativa (o una totalidad de elementos) formada por personas, empresas o instituciones; con el fin de conocer opiniones o consideraciones sobre temas específicos.

Por otra parte; el mercado meta de los colegios particulares es –por lo general– aquel que contiene familias y estudiantes del sector A/B; es decir, el estrato que contiene a la población con el más alto nivel de vida e ingresos del país. En este segmento, el jefe de familia tiene en promedio un nivel educativo de licenciatura o mayor. Los jefes de familia de nivel A/B se desempeñan como grandes o medianos empresarios (en el ramo industrial, comercial y de servicios); como gerentes, directores o destacados profesionistas. Normalmente laboran en importantes empresas del país o bien ejercen en forma independiente su profesión.

Con motivo de investigar cuestiones pertinentes y relativas a los intereses, hábitos, gustos y preferencias del consumidor final; en una primera etapa de este estudio se realizó entre padres y alumnos un ejercicio de *Focus Group* utilizando los instrumentos arriba mencionados. Antes bien, el perfil demográfico y psicográfico de los participantes observó las siguientes características:

12. Participantes entre los 12 y 17 años de edad
13. Estudiantes de secundaria o preparatoria en colegio particular
14. Nivel socioeconómico A/B
15. Género indistinto
16. Tiempo de residencia en la región indistinto
17. Área geográfica de residencia en la ciudad, indistinta

Ahora bien; cabe mencionar que el proceso de reclutamiento de los participantes se realizó tomando en cuenta que los participantes no se conozcan y que estudien en instituciones educativas diferentes entre sí para que la muestra sea representativa de un sector más amplio de la población. El reclutamiento se realizó con considerable anticipación a la fecha del evento, y consistió en entrevistas personales (o vía telefónica) con los estudiantes y padres de familia para verificar que se cumpliera con los requisitos establecidos en el perfil.

CONCLUSIONES

Con base en la información obtenida, se llegó a las siguientes conclusiones:

Técnica de Asociación de Palabras

18. De la muestra de logotipos mostrados a los participantes, se encontró que existe una minoría de colegios satisfactoriamente posicionados (identificados) en la mente del consumidor. Sin embargo, la mayoría no logra ser identificado sólo por su imagen corporativa (logo).
19. La mayoría de palabras asociadas a los distintos colegios son atributos genéricos obvios (por ej. *escuela, Tijuana, México, estudios*); de lo cual se infiere que no existen verdaderamente elementos de diferenciación en los colegios afiliados.

Discusión Grupal

20. La percepción generalizada entre los estudiantes es que existen varias áreas de oportunidad y aspectos a mejorar; es decir, no existe el “colegio perfecto”

Técnica de Diferencial Semántico

21. La mayoría de atributos elegidos por los participantes se encuentran del lado del espectro positivo; sin embargo, todavía muy cargados al centro (neutral). Esto confirma la carencia de elementos de diferenciación identificados por el usuario.

Encuesta

22. Aspectos como *Buenas Clases, Instalaciones y Profesores* son principalmente los electos de jerarquía con mayor valor en la toma de decisiones
23. Si bien es cierto que existen varios colegios identificados por los participantes como “sin atributos especiales”; los participantes ven con agrado el empaque (colores, escudo, etcétera) de sus respectivas instituciones.
24. La percepción del servicio –en términos de calidad– es intermedia
25. La percepción del servicio –en términos de utilidad– es alta
26. La percepción del servicio –en términos de satisfacción– es intermedia
27. La mayoría de los participantes si recomendaría su escuela actual.

Ahora bien, con base en lo anterior –y llegado el caso– se extenderían las siguientes recomendaciones:

28. Empezar estrategias de posicionamiento.
29. Empezar acciones de auditoria interna en sus procesos y productos, buscando acercarse a un modelo de “colegio perfecto”.
30. Desarrollar diagnósticos internos y empezar estrategias de diferenciación
31. Realizar estudios más profundos sobre la percepción general del consumidor para evitar ser percibidos como “neutrales” o “genéricos”
32. Publicitar sus fortalezas actuales con una Mezcla de Mercadotecnia balanceada.
33. Empezar estrategias de fidelización, pertenencia y apego a la marca
34. Empezar estrategias que mejoren la percepción de calidad del servicio.
35. Resaltar las fortalezas de los servicios particulares de educación.
36. Empezar estrategias que mejoren la percepción de calidad del servicio.
37. Empezar estrategias de promoción de ventas y programas de referidos

Posteriormente, se buscaría entonces que dicha información –interpretada desde la perspectiva de la Mercadotecnia– genere soluciones al problema de la pérdida de matrícula en el sector educativo y aporte herramientas para que las instituciones involucradas y emprendan acciones y desarrollen servicios educativos de calidad que generen bienestar y competitividad.

Debemos insistir –y como ya se ha mencionado– en que este primer estudio servirá de base para proceder a estudios cuantitativos que arrojen información complementaria que precise y explique otras variables de la investigación.

Referencias

BLOOM, Benjamin. (1990). *Taxonomía de los objetivos de la educación: la clasificación de las metas educacionales*. Buenos, Aires. Editorial El Ateneo.

CERVANTES, Sandra. (2011). *Colegios privados ven más matrícula*. El Economista, 10 de abril. México. Disponible en <http://eleconomista.com.mx/finanzas-publicas/2011/04/10/colaegios-privados-ven-mas-matricula>

GARCÍA Ocho, Sonia. (2011). *Detona en el Oeste de Tijuana la demanda de espacios para preparatoria*. El Sol de Tijuana. México, 9 de junio. Disponible en <http://www.oem.com.mx/elsoldetijuana/notas/n2101486.htm>

IBAÑEZ Brambila, Berenice. (1995). *Manual para la elaboración de Tesis*. México. Editorial Trillas: Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación en Psicología.

INEGI. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2011). *México en Cifras. Información nacional por entidad federativa y municipio: Baja California*. México. Disponible en <http://www.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/MexicoCifras.aspx?e=2&m=0&sec=M&ind=100200001&ent=2&enn=Baja%20California&ani=2010&mun=4&src=0>

MEXICANO, El. Gran diario regional. (2008). *Pierden alumnos en escuelas privadas*. Lunes, 1ro de diciembre. México. Disponible en <http://www.el-mexicano.com.mx/informacion/noticias/1/3/estatal/2008/12/01/295122/pierden-alumnos-en-escuelas-privadas.aspx>

MANES, Juan Manuel. (2008). *Gestión estratégica para instituciones. Guía para planificar estrategias de gerenciamiento institucional*. 2da. Ed. Buenos Aires. Ediciones Granica: Cuadernos.

MÜNCH Galindo, Lourdes et al. (2010). *Administración y Planeación de Instituciones Educativas. Administración y proceso administrativo. Dirección y liderazgo educativo. Calidad y evaluación educativa*. México. Editorial Trillas.

SISTEMA EDUCATIVO ESTATAL. Gobierno del Estado. (2011). *Educación Media Superior. Tijuana*. Baja California. México. Disponible en <http://www.educacionbc.edu.mx/departamentos/ems/tijuana.php>

ANEXOS

Anexo 1. Formato para Técnica de Diferencial Semántico

No-Prestigiosa	[- - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - -]	Prestigiosa
Económica	[- - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - -]	Costosa
No-Participativa	[- - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - -]	Participativa
Anticuada	[- - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - -]	Innovadora
Indisciplinada	[- - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - -]	Disciplinada
Práctica	[- - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - -]	Teórica
No-Estricta	[- - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - -]	Estricta
General	[- - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - -]	Especializada
Sin-Calidad en los servicios	[- - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - -]	Calidad en los servicios
No-Recomendable	[- - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - -]	Recomendable

Colegio: _____ Grado: ____ Secu / ____ Prepa Edad: _____ Género: M / F

Anexo 2. Encuesta para padres

PREGUNTAS PERFIL

Padre	Ocupación:	Edad:
Hijo/a	Escuela a la que asiste:	Grado:
Contexto Escolar	En los últimos 3 años, ¿Cuántas veces ha cambiado a su hijo de escuela?	

1. Antes de inscribir a su hijo/a, ¿Había escuchado acerca de su escuela?

- a) No, nunca la había oído b) Había oído algo c) Si, ya había escuchado

2. ¿Cómo conoció o se enteró de la escuela de su hijo/a?

- a) Por su publicidad
 b) Por recomendación de alguien
 c) Ya la conocía de antes
 d) Investigué sobre escuelas y la encontré

3. ¿Qué tanto conoce usted acerca de lo siguiente?

	No conozco	Conozco un poco	Si conozco
La historia de la escuela			
Su misión, visión y valores			
Sus objetivos			
Los servicios que ofrece			
Su prestigio			
Los tipos de alumnos que estudian ahí			

4. En general, ¿Qué tanto conoce usted acerca de los temas anteriores?

- a) No me interesa b) Me interesa poco c) Si me interesa

5. Ordene de mayor a menor importancia, aquello que más se fija al escoger una escuela:

Opciones disponibles	Su Clasificación	
Profesores	1	
Actividades Deportivas	2	
Alumnos que asisten	3	
Disciplina	4	
Precio	5	
Religión	6	
Actividades Culturales	7	
Prestigio	8	
Instalaciones	9	
Imagen Corporativa	10	

6. ¿Qué tanto le agrada la escuela de su hijo/a en los siguientes aspectos de IMAGEN?

	No me	Me agrada	Me
--	-------	-----------	----

	agrada	poco	agrada
Prestigio			
Escudo o Logo			
Colores Oficiales			
Himno			
Uniforme			
Sitio Web Oficial			

7. ¿En que cree usted que se distingue la escuela de su hijo/a de otras escuelas?

- a) Precio
- b) Nivel Académico/Cultural
- c) Prestigio
- d) Instalaciones
- e) En otra cosa

8. En escala del 1 al 10, ¿Cómo califica la escuela de su hijo/a en los siguientes aspectos de *INSTALACIONES*?

	<i>Calificación Promedio</i>
Edificio y Oficinas	
Biblioteca y Laboratorios	
Centro de Cómputo y Acceso a Internet	
Espacios Deportivos y Áreas Verdes	
Cafetería	

9. En escala del 1 al 10, ¿Cómo califica la escuela de su hijo/a en los siguientes aspectos de *ACTIVIDAD ESCOLAR*?

	<i>Calificación Promedio</i>
Orden y Disciplina	
Actividades Académicas y Culturales	
Actividades Deportivas y Recreativas	
Interacción con otras escuelas	
Interacción con la comunidad	

10. En escala del 1 al 10, ¿Cómo califica la escuela de su hijo/a en los siguientes aspectos sobre el *PERSONAL*?

	<i>Calificación Promedio</i>
Director/a	
Personal de Oficina y Auxiliar	
Docentes	
Alumnos	
Padres de Familia	

11. *¿Qué tanto considera que la escuela de su hijo/a lo está preparando para el Bachillerato o la Universidad (según sea su caso)?*

a) Nada b) Poco d) Algo e) Bastante

12. *¿Qué tan satisfecho se considera con la escuela de su hijo/a?*

a) Nada satisfecho b) Poco satisfecho d) Algo satisfecho e) Muy satisfecho

13. *¿Considera usted que hay escuelas mejores que la de su hijo/a?*

a) Sí b) No c) Depende

14. *Si usted encontrara una escuela que satisfaga mejor sus expectativas, ¿Cambiaría a su hijo?*

a) Sí b) No c) Tal vez

15. *En 3 palabras, mencione qué cree que es LO MEJOR y LO MEJORABLE que tiene la escuela de su hijo/a:*

<i>LO MEJOR</i>	<i>LO MEJORABLE</i>

16. *Si pudiese mejorar algo en la escuela de su hijo/a, ¿Qué sería?*

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA TOMA DE DECISIONES EN EL ESTABLECIMIENTO DE UNA ESCUELA PRIMARIA PARTICULAR

Margarita González Cano mgcano@hotmail.com Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
Flor de María Mendoza Austria flormaustria@hotmail.com Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
L. Teresa Soberanes Rivas soberanesrivas@yahoo.com.mx Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Resumen:

El presente trabajo muestra resultados obtenidos de una investigación de mercado realizado en el municipio de Ixmiquilpan Hidalgo con el fin de apoyar la toma de decisión que un grupo de empresarios tiene sobre la conveniencia de establecer una escuela primaria particular en dicho municipio. El estudio es de tipo descriptivo y da a conocer la demanda potencial por los servicios de la nueva escuela, aplicando para ello encuestas a una muestra no probabilística de padres de familia.

Palabras clave: Toma de decisión, Investigación de mercado, demanda potencial.

Abstract

The present work shows results of market research conducted in the municipality of Hidalgo Ixmiquilpan to support decision making that a group of investors has on the desirability of a particular elementary school in the municipality. The study is descriptive and reveals the potential demand for the services of the new school, applying survey a probabilistic sample of parents.

Key words: Decision making, Market research, Potential demand

Introducción

El presente estudio se llevó a cabo para responder a la inquietud de un grupo de personas empresarias por establecer una escuela primaria particular en el municipio de Ixmiquilpan. La decisión la han de tomar considerando diversa información como son aspectos legales, financieros, educativos, administrativos, de mercadotecnia entre otros. El grupo de inversionistas tiene como característica que son familiares y ya cuentan con experiencia en el ámbito educativo porque tienen funcionando una escuela en Pachuca, capital del estado de Hidalgo, y en virtud de ello, no quieren tomar una decisión precipitada o irreflexiva, sino la quieren sustentar con información como es el conocer la demanda potencial existente para una nueva escuela primaria particular que piensan establecer en el municipio de Ixmiquilpan, Hidalgo. Para tal efecto, se realizó un estudio de mercado que da a conocer las características socio demográficas de este municipio hidalguense, el número de escuelas primarias tanto públicas y privadas que existen en ese lugar así como los servicios que ofrecen estas escuelas. Otra información que aporta la investigación es el precio de colegiaturas que se cobran en las primarias particulares y las facilidades de pago que ofrecen a los padres de familia. Todas estas variables dan cuenta de la demanda potencial para inscribirse en la escuela primaria que piensan instaurar.

Problemática.

Una problemática que está aquejando en los últimos cinco años a las escuelas primarias públicas, es la carencia de profesores debido a que se están jubilando y no se les sustituye de manera inmediata por otro profesor, por tanto, hay grupos que se quedan sin maestro por varios meses, atendiéndolos de manera improvisada alguien que no tiene la formación de profesor o bien son integrados a otro grupo que muchas de las veces no corresponde al grado que están cursando. Otra cuestión que también preocupa a este nivel educativo, es la reducción del presupuesto, viéndose reflejado en carencia de infraestructura, incluso en lo más básico como son aulas, pizarrones, pupitres, sanitarios en buen estado, etc., y todo ello repercute en el ánimo y el desempeño académico de los alumnos. Sobra decir que en caso de manifestar el magisterio inconformidad a sus demandas a través de marchas, plantones y otras estrategias de presión, los alumnos sufren las consecuencias al no tener clases.

Ante tal situación, es legítima la preocupación que tienen los padres de familia de observar que la educación que reciben sus hijos no es la óptima, y en virtud de ello, existen padres que a costa de hacer un esfuerzo en su presupuesto familiar, procuran ofrecer a sus hijos una buena educación que les permita en un futuro poder acceder a un mejor nivel de vida. Algunos de ellos consideran que las escuelas particulares puede ser la alternativa que satisfaga esta necesidad.

Ante este supuesto, el grupo de inversionistas consideran que ellos tienen la posibilidad de ofrecer un servicio educativo a nivel primaria, pero ¿cuántos niños serían inscritos en esa nueva escuela?, es decir ¿cuál es la demanda potencial que existe en el municipio de Ixmiquilpan? ¿Qué servicios mínimo debe ofrecer la escuela para atraer a esa demanda? ¿Qué colegiatura sería accesible para los padres de familia, sin detrimento de la calidad a ofrecer por la escuela?.

Justificación.

No cabe duda que los padres de familia están preocupados porque sus hijos reciban a temprana edad una educación de calidad que redunde en un aprendizaje sólido, adquieran destrezas, habilidades que les permita ser competitivos y sean formados con valores que guíen su conducta. Por ello cuando inscriben a sus hijos en una escuela, entre otros motivos, lo hacen pensando que sus expectativas académicas se cubrirán, sin embargo, no siempre ocurre así y cuando ello sucede, si pueden, los padres buscan otra escuela que consideren reúne los requisitos que demandan.

Así como los padres toman su decisión de cambiar o inscribir a sus hijos en determinada escuela analizando diversos factores como son: ubicación de la escuela, el prestigio que goza, los maestros que imparten las clases, infraestructura, entre otros, de la misma manera, las personas inversionistas no arriesgan sus recursos económicos sin considerar una serie de factores. En el caso de inversionistas en el sector educativo, necesitan saber que les interesa a los padres encontrar en la escuela, y cuál sería la demanda potencial que existe para la escuela que piensan establecer. Responder a estas y otras preguntas que un inversionista se formula, requiere de estudios, siendo uno de ellos la investigación de mercado.

El estudio se justifica por la necesidad que tienen los inversionistas de conocer o contar con información que les permitan reforzar su toma de decisiones.

Antecedentes:

El municipio de Ixmiquilpan colinda al norte con los municipios de Zimapán, Nicolás Flores y Cardonal; al este con Cardonal y Santiago de Anaya; al sur con Santiago de Anaya, San Salvador, Chilcuautla y Alfajayucan y al oeste con Alfajayucan, Tasquillo y Zimapán.

Las principales localidades con las que cuenta son: Panales, el Tephé, Maguey Blanco, Orizabita, el Alberto, Dios Padre, Julián Villagrán y Tatzadhó.

Figura 1: Ubicación geográfica del municipio de Ixmiquilpan



De acuerdo a los resultados del Censo de Población y Vivienda 2010 del INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía), el municipio de Ixmiquilpan tiene un total de 86,363 habitantes, de los cuales el 53% (45,592) de la población son mujeres y el 47% son hombres (40,771). Aproximadamente 24,341 personas hablan alguna lengua indígena (otomí o hñahñú). La mayoría de su población se encuentra concentrada en la cabecera municipal y en sus principales localidades. En cuanto al rango de edad, la población se conforma de la siguiente manera:

0 a 5 años	10,004 personas	11.6%
6 a 12 años	12,024 personas	13.9%
13 a 19 años	13,221 personas	15.3%
20 a 29 años	13,975 personas	16.2%
30 a 59 años	29,108 personas	33.7%
60 o más años	8,031 personas	9.3%

En el aspecto educativo, el municipio cuenta con educación preescolar, preescolar indígena, primaria, primaria indígena, capacitación para el trabajo, secundaria, bachillerato y superior.

La cobertura en educación básica como señala el Subsecretario de Educación, Fernando González Sánchez¹⁵⁸, todavía es un problema, particularmente en algunas entidades que han recibido alguna migración interna y externa. Por consiguiente, ante esta declaración, se infiere que este problema afecta a Ixmiquilpan al ser uno de los municipios de Hidalgo que tiene una gran migración. A nivel nacional la cobertura es de aproximadamente el 97%.

En cuanto al presupuesto destinado a la educación básica no es suficiente a pesar de que este nivel es el que recibe mayor cantidad del presupuesto. La insuficiencia se ve reflejado en carencia de infraestructura básica amén que también tiene repercusiones en inconformidad del magisterio en cuanto a sus salarios. A continuación se presentan algunas notas sobre este tema:

“Precario el presupuesto 2009 asignado a la educación en México. Cada año que se asigna el presupuesto destinado a la educación en lugar de haber un incremento existe una reducción con respecto al año anterior. Tal parece que aunque en el discurso se admita que la educación es parte vital del crecimiento de un país, en los hechos el Presidente Calderón hace lo contrario, y peor aún cada año se debilita más el sistema educativo perdiendo eficiencia y competitividad con respecto a otros países.” (Con-ciencia colectiva:2008)

Con la vuelta a la “normalidad”, la alerta epidemiológica dejó al descubierto una realidad de nuestro sistema educativo nacional: los rezagos que arrastra el país en materia de infraestructura escolar. Aunque se han hecho valiosos esfuerzos en la materia a través de diferentes planes y programas, y se puede decir que las condiciones de mantenimiento y conservación (pintura, limpieza de muros, techos y fachadas, cancelería, puertas y ventanas) son aceptables, prevalece la carencia de espacios físicos de bibliotecas, sala de maestros, aulas para cómputo y actividades artísticas y, en muchos casos, las condiciones mínimas de sanidad con que deben operar las escuelas. (Zebadúa,Emilio:2010) .

El presupuesto asignado a la función educación para el ejercicio fiscal de 2010 fue de 511,540 millones de pesos corrientes que correspondieron al 4.1 por ciento del PIB de este año. Por otro lado, para el ejercicio fiscal de 2011, se aprobaron 533,548 millones de pesos, lo representa el 3.7 por ciento por ciento del PIB proyectado para este año. En este sentido, los presupuestos anteriores se encuentra por debajo de lo estipulado por la Ley General de Educación (1993) en su artículo 25 sobre el financiamiento a la educación la cual establece que “El monto anual que el Estado - Federación, destine al gasto en educación pública y en los servicios educativos, no podrá ser menor a ocho por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) del país”. (CIEP:2011). Aunque como dice el Centro de Investigación Económica y Presupuestaria “ El nivel básico de educación (pre-escolar, primaria y secundaria) es el que recibe mayor presupuesto, aproximadamente el 60.1 por ciento del presupuesto total que se asigna cada año al total de la función.

“Cerca de 400 alumnos de tres primarias del municipio de Ixmiquilpan, Hidalgo se manifestaron en las afueras del Palacio de Gobierno estatal e interpusieron una queja ante la Comisión de Derechos Humanos en demanda de 15 maestros. “Señor gobernador, queremos maestros y mejor educación” gritaron los niños –de edades que fluctuaban entre los 6 y 12 años- de las escuelas

158

Durante el encuentro que sostuvo con los diputados integrantes de la Comisión de Educación Pública y Servicios Educativos de la H. Cámara de Diputados donde se analizaron indicadores y presupuesto para el año 2011

primarias de las comunidades de Vázquez Remedios, El Calvario y Acotza, del municipio de Ixmiquilpan quienes se apostaron en las puertas de acceso del Palacio de Gobierno estatal, vestidos con sus uniformes y portando cartulinas con leyendas de protesta.” (Radio Trece 1290 AM: 2010)

Con base en estos antecedentes, muchos padres que tienen hijos en escuelas primarias o que ingresarán a ellas, están preocupados por elegir un colegio que no tenga tantos problemas. El ideal es enviarlos a una escuela que los forme con sólidos conocimientos y valores, donde aprendan un segundo idioma, y desarrollen habilidades en el manejo de herramientas tecnológicas de la información y la comunicación. Prácticamente los colegios particulares procuran posicionarse en este nicho de mercado, pero antes, los inversionistas procuran realizar un estudio de mercado, para conocer la factibilidad de establecer escuelas con estas características.

Objetivo de la investigación.

Identificar la demanda potencial de alumnos a inscribirse en una escuela primaria particular establecida en Ixmiquilpan Hidalgo, mediante un estudio de mercado con la finalidad de aportar elementos para la toma de decisión de un grupo de inversionistas que desean ofrecer este servicio educativo.

Marco Teórico.

Un estudio de mercado se realiza con la finalidad de explicar exitosos programas que satisfagan las necesidades de los individuos, para ello se recolectan datos y se analizan de manera objetiva y metódica, a fin de mejorar la toma de decisiones relacionados con los problemas de mercadotecnia. (Landeau, R.: 2007)

Para Ferré Trenzano y Ferré Nadal (1997) tener los pies en el mercado significa tener una conciencia permanente de que sólo se pueden hacer beneficios si se satisfacen las necesidades de un mercado. Es crear productos adecuados para quien los necesita y los puede comprar en las condiciones en que se les ofrece.

Zikmund (1998) menciona que la investigación de mercados es una herramienta de la administración para la toma de decisiones. Precisando que la tarea de la investigación de mercado es ayudar a especificar y a proporcionar la información exacta para reducir la incertidumbre en la toma de decisiones. Comenta además que la investigación de mercado ayuda a dejar a quienes toman las decisiones la obtención de información intuitiva a una investigación sistemática y objetiva.

La necesidad de disponer de información resulta justificada si se considera a ésta como un elemento básico para la toma de decisiones. Una organización orientada al mercado requiere disponer de información acerca del mismo con el fin de orientar acertadamente esas acciones en el mercado, con la consecuente delegación a un segundo plano de otros criterios como la intuición, opiniones personales y suposiciones (Miquel et al., 1997, citado por Camprubí:2003).

La toma de decisiones desde el enfoque administrativo se considera un proceso de identificar problemas y oportunidades y resolverlos. Una decisión es una elección que se hace a partir de las alternativas disponibles.

Render y Hanna (2006) explican que una buena decisión es aquella que está basada en la lógica, que considera todos los datos y alternativas posibles, y es posible que una buena decisión genere un

resultado desfavorable, sin embargo si se toma correctamente todavía es una buena decisión. A diferencia una mala decisión no está basada en la lógica, no emplea toda la información disponible, no considera todas las alternativas y no utiliza técnicas cuantitativas apropiadas y aun cuando ésta de un resultado favorable sigue siendo una mala decisión.

Es por ello, que el estudio de mercado es una herramienta, un apoyo para las decisiones gerenciales por la información que suministra. Es importante para un emprendedor o un empresario, antes de poner en marcha un nuevo proyecto empresarial, realizar una investigación comercial, un estudio de mercado para comprender la situación y necesidades del mercado, para poder enfocar el negocio y tener, de esta manera, mayores probabilidades de éxito. (Guía de Apoyo al Emprendedor)

Metodología.

El estudio que se realiza es de tipo descriptivo, con un muestreo no probabilístico, ya que se decidió encuestar a padres de familia que vivieran en zonas residenciales de la ciudad y cuya fachada se consideran viviendas de personas con nivel económico medio alto. Se determinó encuestar al 25% de los moradores de viviendas que contarán con bienes como refrigerador, televisión, computadora, teléfono, entre otras características porque son las posibles familias que podrían tener hijos en edad escolar con capacidad económica para pagar una colegiatura, siendo el total de la muestra 500 viviendas.

Desarrollo del Estudio.

El estudio de mercado se realizó considerando los siguientes aspectos:

I. Caracterización de la población.

Ixmiquilpan es un municipio eminentemente indígena, su población tiene una gran vocación migratoria masculina, combinada con un gran arraigo a su tierra de origen principalmente de sus mujeres e hijos pequeños. La movilidad migratoria hacia Estados Unidos es la más importante en este municipio, por lo cual las remesas económicas que se reciben son destinadas para los alimentos y vestido en un 80.5%, educación y diversiones 19.5%.

De acuerdo a los datos estadísticos de INEGI 2010, el 13.9% de la población de Ixmiquilpan, son niños de 6 a 12 años, los que para fines de este estudio se consideran población en edad escolar para cursar la primaria

II. Oferta educativa a nivel primaria:

De acuerdo a datos de SEP Hidalgo a fines del 2010 existen en Ixmiquilpan 110 escuelas primarias (105 públicas y 5 privadas).

Las escuelas públicas se encuentran distribuidas de la siguiente manera:

37 son oficiales, 60 indígenas y 8 del Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE).

El total de escuelas públicas y privadas albergan a 11 571 alumnos.

III. Servicios que ofrecen las actuales escuelas particulares.

Las escuelas primarias particulares en Ixmiquilpan son cinco y en total hay 502 alumnos inscritos. La información sobre los servicios que ofrecen y las colegiaturas que cobran se obtuvo a través de preguntar directamente en la escuela y es la siguiente:

Colegio Los Nogales S.C., dirigida por Maricela Beatriz López Centurión, Domicilio Calle de la Vega No. 39, Fraccionamiento los Nogales, su fachada es de estilo medieval, en forma de castillo y banderines en la parte superior de la barda, cuenta con servicio de transporte particular, la densidad por aula es de aproximadamente 24 alumnos, cuenta con inscripciones abiertas todo el año, tiene dos canchas pequeñas. El monto de las colegiaturas oscila entre \$1,080.00 y \$1,420.00 por pago de 12 meses de preescolar a primaria, con seguro contra accidentes a cargo del educando por \$100.00, es estricto el uso de uniformes y ropa de deportes.

Instituto Educativo las Américas, dirigida por Maribel Pedraza García, domicilio Calle Agustín Melgar No. 9, la escuela es rectangular, con un patio central, dos entradas que se usan para acceso y salida, las instalaciones son adaptadas de dos pisos, con varios desniveles, tiene una cancha multiusos, los salones son medianos, tienen cursos extraclase de Danza, Ballet, Basquetbol, TKD, Futbol, también ofrece apoyos pedagógicos de terapia de lenguaje, aprendizaje y psicología, tiene servicio de cafetería. La colegiatura por 12 meses es de \$1,150.00 mensual, la inscripción es de \$1,100.00, es estricto el uso de uniforme y ropa de deportes.

Escuela Guadalupe Victoria, dirige Cesar Araujo Mata, domicilio Francisco Javier Mina No. 3, las instalaciones ya presentan deterioro exterior, sin fachada, las aulas son pequeñas, las puertas de entrada son pequeñas, la densidad de aula es de aproximadamente 19 alumnos, cuenta con 12 salones, no ofrece el servicio de transporte, la colegiatura e inscripción es de \$1,520.00, hay una cuota de mantenimiento de máquinas por \$80.00 anuales y \$300.00 de cuota directiva anual, es estricto el uso de uniforme y ropa de deportes.

Escuela Luis Donaldo Colosio Murrieta, dirige Felipe León Verde, Domicilio Calle Nogal No. 12, cambia de nombre hace aproximadamente un año por el de Juan Pablo II, su infraestructura física es de cuatro aulas de primero a cuarto año, la densidad por aula es de 13 alumnos, no tiene servicio de transporte, las actividades extraescolares se prevén en un futuro.

Alfonsina Storni, la dirige Maribel Pedraza G, la escuela se localiza en Agustín Melgar No. 9 el Fithzi, no se cuenta con datos de esta primaria.

IV. Estudio socio económico:

De acuerdo a datos del Censo de Población y Vivienda 2010 del INEGI, se determinó un total de 17,396 vivienda habitadas, pero son 2 114 viviendas las que cuentan con equipo de cómputo, televisión, lavadora, drenaje, energía eléctrica, entre otros elementos que nos indican las posibles familias que podrían tener hijos en edad escolar con capacidad económica para pagar una colegiatura.

Resultados.

El 83% de los moradores son padres de familia que tienen niños cursando la primaria y el 17% son padres cuyos hijos están en preescolar.

El 20% de los padres de familia tienen niños en primaria que asisten a una escuela particular.

El 73% de los padres de familia consideran que los alumnos de escuelas particulares aprenden más y son mejor atendidos que los niños que están en el sistema oficial de educación. Un 20% dice que no es mejor la educación que imparte una escuela particular a la oficial y 7% dice que son iguales.

El 61.54% de padres de familia mencionaron que si inscribirían a sus hijos en una escuela particular.

El 51% consideran como colegiatura ideal la que se encuentre entre los rubros de \$900 y \$1,500 pesos mensuales. Un 33% dice que de \$701 a 900 pesos mensuales, 16% dice que lo ideal sería de \$500 a 700 pesos mensuales

Los servicios que considera la muestra seleccionada deben ser proporcionados por la institución educativa son de computación en 46%, y el de comedor en 43%, siguiendo canchas deportivas 8% y transporte 3%

Las materias que consideran importantes en la carga académica de un alumno de primaria particular son Idiomas, computación, valores cívicos y matemáticas, con un porcentaje superior al 85% las dos primeras.

El 44% considera fundamentales las instalaciones donde se establece la escuela, esto es parte del producto que considera que están adquiriendo, 30% considera que el prestigio de la escuela es importante para elegir la escuela, 24% dicen que las instalaciones y el prestigio y 2% señala que los uniformes son elementos importantes al decidir por una escuela particular.

Conclusiones.

Con base en las dimensiones: Caracterización de la población, Oferta educativa de primarias en Ixmiquilpan, Servicios que ofrecen las primarias particulares de Ixmiquilpan, y costo de la colegiatura, así como Estudio socio económico de los padres, se identifica la demanda potencial de alumnos para inscribirse a una nueva escuela particular en el municipio de Ixmiquilpan, concluyendo lo siguiente:

Donde 12 024 personas son el total de alumnos en edad escolar, pero solo 2 024 se ha identificado como padres de familia que podrían pagar una colegiatura, y actualmente solo 502 niños asisten a escuela particular, entonces, se puede identificar que sí existe una demanda potencial para el nivel primaria, pudiendo la nueva escuela que pretenden establecer los empresarios, absorber parte de la población que tienen otras primarias particulares u oficiales así como población proveniente de preescolar.

El número de primarias particulares que actualmente existen en Ixmiquilpan son cinco, destacando que la primaria que tiene una densidad de alumnos menor por aula (12 alumnos) es la que tiene las cuotas más elevadas (\$ 1 520), en cambio la primaria con mayor densidad de alumnos (24 alumnos) es la que tiene las cuotas de colegiatura más económica (\$ 1 080). Por tanto se observa que a menor costo de colegiatura, mayor densidad, aunque es importante advertir que los padres de familia al llevar a sus hijos a una escuela particular desean que ellos reciban una atención más personalizada.

En cuanto a las instalaciones, los salones van de pequeños a medianos, algunos no cuentan con canchas deportivas y otros sí. Aquí de acuerdo a lo mencionado por un 44% de padres encuestados, indicaron que las instalaciones es algo importante para decidir si inscriben o no a sus hijos en determinada escuela sobre todo tratándose de particular.

Las cinco escuelas primarias particulares solicitan el uso obligatorio de uniforme, ofrecen un segundo idioma y la materia de computación. Las actividades extra clase como son apoyo psicopedagógico, danza, música, y otras más son elementos que dan ventaja competitiva, les permite distinguirse y obtener un mejor posicionamiento en la preferencia de los padres. De estas cinco

escuelas, dos de ellas ofrece este tipo de actividades y las demás están en espera de establecerlas próximamente.

Con base en las características socioeconómicas, se identificaron un total de 2114 viviendas con posibilidad económica de pagar una colegiatura y por tanto se supone la existencia de una demanda potencial para inscribir a sus hijos en escuela particular.

Recomendaciones.

Con base en los resultados, se sugiere a los empresarios en caso de que decidan establecer la escuela primaria, que el costo mensual de las colegiaturas sea entre \$ 900 a \$ 1 500 porque es el precio que impera actualmente en el mercado. Que la escuela ofrezca por supuesto un segundo idioma, computación, valores y matemáticas que es lo que los padres de familia quiere que aprendan sus hijos. Contar con aulas adecuadas a la densidad de alumnos, se recomienda un número de 12 a 15 alumnos para brindar como ya se comentó anteriormente, una atención más personalizada y no olvidar ofrecer actividades deportivas y musicales. Buscar otras ventajas competitivas basadas en convenios con instituciones nacionales o extranjeras para fines de intercambio académico, ya que con ello los alumnos desarrollan otro tipo de competencias y proporciona una imagen de que la escuela tiene prestigio que es otro elemento que los padres califican en una escuela particular. Otra estrategia más derivado del problema de obesidad que afecta a nuestro país, es ofrecer servicio de comedor y apoyo de nutriólogas para asesorar a los niños y a los padres en el cuidado de su peso y alimentación.

Referencias Bibliográficas

Libros:

Ferré J.M. y Ferré J. (1997). Los Estudios de Mercado. Madrid. Ediciones Díaz de Santos.
Render y Hanna (2006) Métodos Cuantitativos para los negocios. México. Pearson, Educación
Zigmund W (1998). Investigación de Mercados. 6ª. Edición. México. Editorial Prentice Hall.

Fuentes Electrónicas:

Camprubi, G. (2003). Características Empresariales asociadas con la investigación de mercados en empresas centrochaqueñas. Facultad de Agroindustrias. UNNE. Argentina. Recuperado el 1 de agosto 2011 en <http://www.unne.edu.ar/Web/cyt/cyt/2003/comunicaciones/01-Sociales/S-046.pdf>
CIEP (2011). Gasto Presupuestado y Ejercido del Sector Educación en México (2009-2011). Recuperado el 20 de septiembre de 2011 en http://www.ciep.mx/pdf/23062011Educaci%C3%B3n_y_Finanzas_P%C3%ABlicas_1.pdf
Conciencia Colectiva (2008). Precario el Presupuesto 2009 asignado a la educación en México. Programa de Radio para la difusión de la Ciencia. Recuperado el 13 de septiembre 2011 en ciencia colectiva.blogspot.com/.../precario-el-presupuesto-2009-asign...
Guía para la elaboración de un estudio de mercado. Creación y Desarrollo de Empresas. Recuperado el 20 de septiembre 2011 en http://www.uax.es/fileadmin/templates/fundacion/docs/Estudio_de_Mercado.pdf
INEGI. (2010). Censo de Población y Vivienda. Recuperado el 14 de septiembre de 2011

Radio Trece 1290 AM. (2010). Interponen niños quejas contra maestros en Ixmiquilpan, Hgo. 22 septiembre 2010. Recuperado el 30 de noviembre de 2010 en: <http://www.radiotrece.com.mx/nota.php?id=12638>

SEP_Hidalgo. Estadística Educativa del estado de Hidalgo. Datos estadísticos fin de cursos 2010. Recuperado el 10 de agosto de 2011 en <http://intranet.e-hidalgo.gob.mx/seph/>

Zebadúa, E. (2010). ¿Y la calidad en las escuelas?. La Crónica de Hoy. (internet). 1 de febrero. Recuperado el 20 de diciembre de 2010 en http://www.cronica.com.mx/notaOpinion.php?id_notas=484953

DOMÓTICA. “INTEGRACIÓN DE LA AUTOMATIZACIÓN EN LA ARQUITECTURA BIOCLIMÁTICA”

Teresita Salgado Mejía	teresita_salgado@yahoo.com.mx	UMSNH
J. Ramón Serrano Heredia	jramonserrano@yahoo.com.mx	UMSNH
Jahir Alvarado Salgado	jahir_xxx@hotmail.com	UMSNH

Resumen:

La domótica es la automatización y control centralizado y/o remoto de aparatos y sistemas eléctricos y electro-técnicos en la vivienda. La domótica tiene como objetivos aumentar el confort, ahorrar energía y mejorar la seguridad.

Existen tres tipos de sistemas de automatización de acuerdo a la arquitectura, los medios de transmisión y el protocolo de la domótica.

No existe ningún sistema de domótica que sea el mejor para todas las situaciones, desde todos los aspectos. Cada uno de los sistemas de domótica tienen sus ventajas e inconvenientes, sin embargo, hay una gran oferta en el mercado y para cada situación hay uno o varios sistemas que se adaptarán a la mayoría de los criterios que se puede exigir de un sistema de domótica. Por ello, debe considerarse aspectos como la tipología y tamaño, si la vivienda es nueva o construida, las funcionalidades, la integración, los interfaces, el presupuesto y la reconfiguración y mantenimiento.

Según Jorge Tiinap un edificio inteligente es aquel inmueble que desde su diseño se estructuró buscando el cuidado del medio ambiente donde se edificará, obtener ahorros de energía en su operación, incentivar las labores diarias con instalaciones adecuadas y funcionales, facilitar su administración y mantenimiento, que permita operar y controlar todos los sistemas del edificio, hidrosanitarios, eléctricos, telecomunicaciones, seguridad, así como una flexibilidad para adecuaciones e innovaciones futuras.

La automatización y el diseño bioclimático de las edificaciones trae consigo una serie de criterios sociales, tecnológicos y económicos reflejados en una gestión eficaz y eficiente del edificio desde el punto de vista técnico, administrativo y de comunicación, logrando con ello una competitividad empresarial en el mercadeo.

Palabras clave: Domótica, automatización, sistema, edificio inteligente, diseño, bioclimático.

Abstract

Home automation is automation and centralized control and / or remote devices and electrical systems and electrical in the house. Home automation aims to increase comfort, save energy and improve safety.

There are three types of automation systems according to the architecture, streaming media and home automation protocol.

There is no automation system that is best for all situations, from all aspects. Each home automation systems have their advantages and disadvantages, however, there is a great deal on the market and for every situation, one or more systems that will meet most criteria may require an automation system. Therefore, you must consider issues such as the type and size, if the home is new or built, the functionality, integration, interfaces, budget and the reconfiguration and maintenance.

According to Jorge Tiinap an intelligent building is one building that was structured by design seeking the protection of the environment where you build, energy savings in your operation, encourage adequate daily tasks and functional facilities, ease of administration and maintenance, allowed to operate and control all building systems, plumbing, electrical, telecommunications, security and flexibility for future adaptations and innovations.

Automation and bioclimatic design of buildings brings a series of social, technological and economic reflected in an effective and efficient management of the building from the standpoint of technical, administrative and communication, thereby achieving business competitiveness in marketing.

Key words: Home automation, automation system, intelligent building design, bioclimatic.

Introducción

El concepto domótica se refiere a la automatización y control (encendido / apagado, apertura / cierre y regulación) de aparatos y sistemas de instalaciones eléctricas y electrotécnicos (iluminación, climatización, persianas y toldos, puertas y ventanas motorizados, el riego, etc.) de forma centralizada y/o remota. El objetivo del uso de la domótica es el aumento del el confort, el ahorro energético y la mejora de la seguridad personal y patrimonial en la vivienda.

Los dispositivos

La amplitud de una solución de domótica puede variar desde un único dispositivo, que realiza una sola acción, hasta amplios sistemas que controlan prácticamente todas las instalaciones dentro de la vivienda. Los distintos dispositivos de los sistemas de domótica se pueden clasificar en los siguientes grupos:

- **Controlador** – Los controladores son los dispositivos que gestionan el sistema según la programación y la información que reciben. Puede haber un controlador solo, o varios distribuidos por el sistema.
- **Actuador** – El actuador es un dispositivo capaz de ejecutar y/o recibir una orden del controlador y realizar una acción sobre un aparato o sistema (encendido/apagado, subida/bajada, apertura/cierre, etc.).
- **Sensor** – El sensor es el dispositivo que monitoriza el entorno captando información que transmite al sistema (sensores de agua, gas, humo, temperatura, viento, humedad, lluvia, iluminación, etc.).

- **Bus** – Es bus es el medio de transmisión que transporta la información entre los distintos dispositivos por un cableado propio, por la redes de otros sistemas (red eléctrica, red telefónica, red de datos) o de forma inalámbrica.
- **Interface** – Los interfaces refiere a los dispositivos (pantallas, móvil, Internet, conectores) y los formatos (binario, audio) en que se muestra la información del sistema para los usuarios (u otros sistemas) y donde los mismos pueden interactuar con el sistema.

Es preciso destacar que todos los dispositivos del sistema de domótica no tienen que estar físicamente separados, sino varias funcionalidades pueden estar combinadas en un equipo. Por ejemplo un equipo de Central de Domótica puede ser compuesto por un controlador, actuadores, sensores y varios interfaces.

¿Cómo actúan los sistemas de domótica?

Los sistemas de domótica actúan sobre, e interactúan con, los aparatos y sistemas eléctricos de la vivienda según:

- El programa y su configuración
- La información recogida por los sensores del sistema
- La información proporcionado por otros sistemas interconectados
- La interacción directa por parte de los usuarios.

Tipos de sistemas de automatización

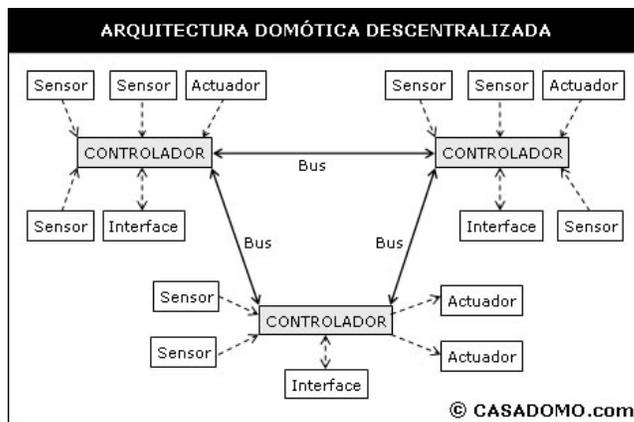
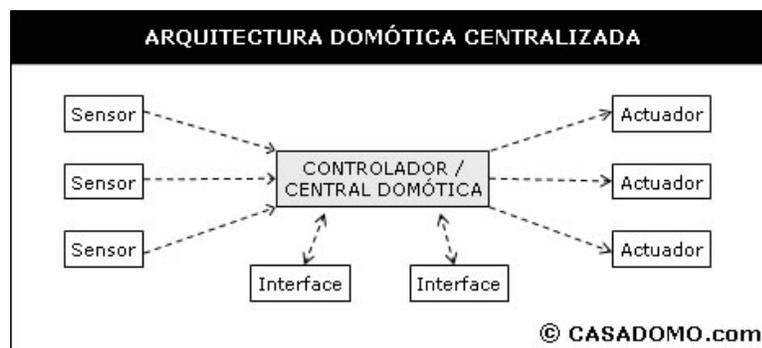
Los tipos de sistemas de automatización son según la arquitectura, los medios de transmisión y el protocolo.

Según la Arquitectura de los sistemas de domótica hace referencia a la estructura de su red. La clasificación se realiza en base de donde reside la “inteligencia” del sistema domótico. Las principales arquitecturas son:

- **Arquitectura Centralizada** – En un sistema de domótica de arquitectura centralizada, un controlador centralizado, envía la información a los actuadores e interfaces según el programa, la configuración y la información que recibe de los sensores, sistemas interconectados y usuarios.

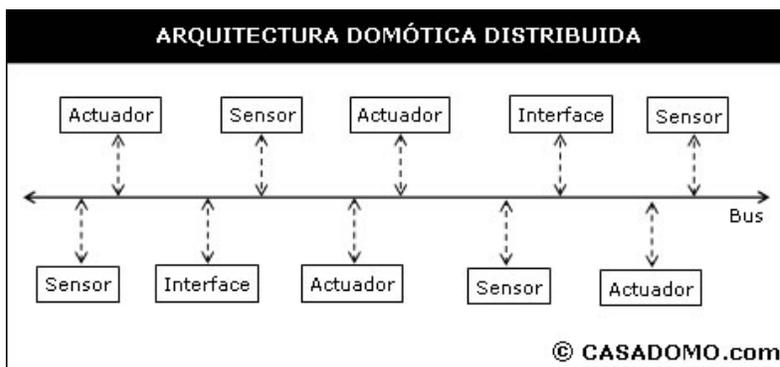
Esquema de Arquitectura de Sistema Domótica Centralizada

- **Arquitectura Descentralizada** – En un sistema de domótica de Arquitectura Descentralizada, hay varios controladores, interconectados por un bus, que envía información entre ellos y a los actuadores e interfaces conectados a los controladores, según el programa, la configuración y la información que recibe de los sensores, sistemas interconectados y usuarios.



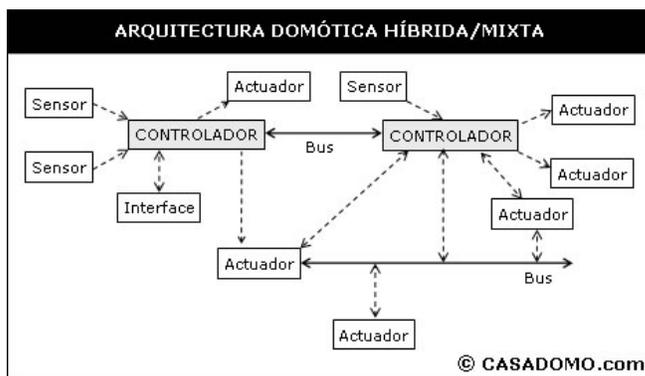
Esquema de Arquitectura de Sistema Domótica Descentralizada

- **Arquitectura Distribuida** - En un sistema de domótica de arquitectura distribuida, cada sensor y actuador es también un controlador capaz de actuar y enviar información al sistema según el programa, la configuración, la información que capta por sí mismo y la que recibe de los otros dispositivos del sistema.



Esquema de Arquitectura de Sistema Domótica Distribuida

- **Arquitectura Híbrida / Mixta** – En un sistema de domótica de arquitectura híbrida (también denominado arquitectura mixta) se combinan las arquitecturas de los sistemas centralizadas, descentralizadas y distribuidas. A la vez que puede disponer de un controlador central o varios controladores descentralizados, los dispositivos de interfaces, sensores y actuadores pueden también ser controladores (como en un sistema “distribuido”) y procesar la información según el programa, la configuración, la información que capta por si mismo, y tanto actuar como enviarla a otros dispositivos de la red, sin que necesariamente pasa por otro controlador.



Esquema de Arquitectura de Sistema Domótica Híbrida/Mixta

Según el medio de transmisión de la información, interconexión y control, entre los distintos dispositivos de los sistemas de domótica puede ser de varios tipos. Los principales medios de transmisión son:

- **Cableado Propio** – La transmisión por un cableado propio es el medio más común para los sistemas de domótica, principalmente son del tipo: par apantallado, par trenzado (1 a 4 pares), coaxial o fibra óptica.
- **Cableado Compartido** – Varias soluciones utilizan cables compartidos y/o redes existentes para la transmisión de su información, por ejemplo la red eléctrica (corrientes portadoras), la red telefónica o la red de datos.
- **Inalámbrica** – Muchos sistemas de domótica utilizan soluciones de transmisión inalámbrica entre los distintos dispositivos, principalmente tecnologías de radiofrecuencia o infrarrojo.

Cuando el medio de transmisión está utilizado para transmitir información entre dispositivos con la función de “controlador” también se denomina “Bus”. El bus también se utiliza muchas veces para alimentar a los dispositivos conectados a él (por ejemplo European Installation Bus – EIB).

Hay diferentes tipos de sistemas domóticos de acuerdo al protocolo utilizado:

- X-10 (corrientes portadoras),
- EIB (European Instan Bus),

- PLC y Simón VIS (Controlador programable).

Elección de sistema de domótica

No existe ningún sistema de domótica que es el mejor para todas las situaciones, desde todos los aspectos. Cada uno de los sistemas de domótica tienen sus ventajas e inconvenientes, sin embargo, hay una gran oferta en el mercado y para cada situación hay uno o varios sistemas que se adaptarán a la mayoría de los criterios que se puede exigir de un sistema de domótica.

Para una elección de sistema de domótica adecuada (para una vivienda o una promoción de varias viviendas con zonas comunes, etc.) es preciso tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Tipología y Tamaño** – La tipología del proyecto arquitectónico (apartamento, adosado, vivienda unifamiliar), y su tamaño.
- **Nueva o Construida** – Si la vivienda no se ha construido todavía hay prácticamente libertad total para incorporar cualquier sistema, pero si la vivienda está ya construida, hay que tener en cuenta la obra civil que conllevan los distintos sistemas.
- **Las Funcionalidades** – Las funcionalidades necesarias de un sistema de domótica suele basarse en la estructura familiar (o la composición de los habitantes) y sus hábitos y si el uso es para primera vivienda, segunda vivienda o vivienda para alquiler, etc.
- **La Integración** – Además de los aparatos y sistemas que se controla directamente con el sistema de domótica hay que definir con que otros sistemas del hogar digital que se quiere interactuar.
- **Los Interfaces** – Hay una gran variedad de interfaces, como pulsadores, pantallas táctiles, voz, presencia, móvil, Web, etc. para elegir e implementar. Los distintos sistemas disponen de distintos interfaces. .
- **El Presupuesto** – El coste varía mucho entre los distintos sistemas, y hay que equilibrar el presupuesto con los otros factores que se desea cumplir.
- **Reconfiguración y Mantenimiento** – Hay que tener en cuenta con que facilidad se puede reconfigurar el sistema por parte del usuario y por otro lado los servicios de mantenimiento y post venta que ofrecen los fabricantes y los integradores de sistemas.

Grados de inteligencia de las edificaciones y puntos de gestión

Se puede definir a un edificio inteligente como aquel inmueble que desde su diseño se estructuró buscando el cuidado del medio ambiente donde se edificará, obtener ahorros de energía en su operación, incentivar las labores diarias con instalaciones adecuadas y funcionales, facilitar su administración y mantenimiento, que permita operar y controlar todos los sistemas del edificio, hidrosanitarios, eléctricos, telecomunicaciones, seguridad, así como una flexibilidad para adecuaciones e innovaciones futuras”. Jorge Tiinap, 2008

El Instituto Mexicano del Edificio Inteligente (IMEI), determina ciertas características que debe reunir un edificio inteligente:

- Flexibilidad y adaptabilidad relacionadas con un costo, ante los continuos cambios tecnológicos requeridos por sus ocupantes.
- Altamente eficiente en el consumo de energía eléctrica.
- Capacidad para proveer un entorno ecológico habitable y altamente seguro, que maximice la eficiencia en el trabajo a niveles óptimos de confort de sus ocupantes.

* Centralmente Automatizado para optimizar su operación y administración en forma electrónica.

Edificio inteligente según el IBI (Intelligent Building Institute)

- Estructura del edificio.- Se refiere a la estructura y diseño arquitectónico, incluyendo los acabados y mobiliario. Entre sus componentes están la altura de losa a losa, la utilización de pisos elevados y plafones registrables, cancelería, ductos y registros para las instalaciones, tratamientos de fachadas, utilización de materiales a prueba de fuego, acabados, mobiliario y ductos para cableado y electricidad.
- Los sistemas del edificio.- Se consideran todas las instalaciones que integran un edificio, tales como: aire acondicionado, calefacción y ventilación, energía eléctrica e iluminación, controladores y cableado, elevadores y escaleras mecánicas, seguridad y control de acceso, seguridad contra incendios y humo, telecomunicaciones, instalaciones hidráulicas, sanitarias y seguridad contra incendios.
- Los servicios del edificio. Se incluyen los servicios o facilidades que ofrecerá el edificio, entre los que podemos mencionar: comunicaciones de video, voz y datos, automatización de oficinas, salas de juntas y cómputo compartidas, área de fax y fotocopiado, correo electrónico y de voz, seguridad por medio del personal, limpieza, estacionamiento, escritorio de información en el lobby o directorio del edificio, facilidad en el cambio de teléfonos y equipos de computación, centro de conferencias y auditorio compartidos y videoconferencias.
- La administración del edificio.- Comprende la operación del mismo de manera eficaz y eficiente en su mantenimiento, administración de inventarios, reportes de energía, análisis de tendencias, administración y mantenimiento de servicios y sistemas. La optimización de cada uno de estos elementos y la interrelación o coordinación entre sí, es lo que determinará la inteligencia del edificio.

Grados de inteligencia

- Grado 1 básico
- Grado 2 medio
- Grado 3 total o máxima

Grado 1

Inteligencia mínima o básica. Un sistema de automatización del edificio, el cual no está integrado. Existe una automatización de la actividad y los servicios de telecomunicaciones, aunque no estén integrados.

Grado 2

Inteligencia media. Tiene un sistema de automatización del edificio totalmente integrado. Sistemas de automatización de la actividad, sin una compleja integración de las telecomunicaciones.

Grado 3

Inteligencia máxima o total. Los sistemas de automatización del edificio, la actividad y las telecomunicaciones, se encuentran totalmente integrados. El sistema de automatización del edificio se divide en: sistema básico, sistema de seguridad y sistema de ahorro de energía.

Etapas de desarrollo de un proyecto de edificio inteligente

Deben de considerarse los siguientes criterios:

Criterios tecnológicos

- Se basa en una serie de sistemas derivados de la electrónica, de los sistemas de seguridad, de los desarrollos utilizados para sustituir funciones humanas y las telecomunicaciones.

Criterios sociales

- Calidad de vida de los individuos que ocupan un espacio inteligente.
- Es la búsqueda de la satisfacción de algunas necesidades concretas.

Criterios económicos

- Reducción significativa del gasto operativo a largo o mediano plazo
- La oportunidad de generar un nuevo mercado gracias al diseño y la masificación de la automatización.

Estudio económico de un sistema inteligente

- Factores cuantificables
- Factores no cuantificables
- Sobrevaloración inmobiliaria.
- La amortización de la inversión inicial, en base a consumos
- Áreas de aplicación: viviendas, hoteles, oficinas, salas de exposiciones, hospitales, bancos, supermercados, centros comerciales, etc.

Puntos fundamentales del análisis

1. Aumento del costo del edificio
2. Aumento de la productividad
3. Apuesta al futuro

Factores cuantificables

- Ventajas que se pueden valorar de forma concreta
- Análisis de ciclo de vida del edificio que incorpora estos conceptos
- Gestión energética, consumos y gestión de mantenimiento
 - Mantenimiento predictivo y preventivo
 - Detección de averías
 - Mejora de la productividad
 - Reducción de gastos constantes de consumo energético y de mantenimiento.

Factores no cuantificables

- Factores no dimensionales, pero que afectan la rentabilidad del proyecto:
 - Imagen corporativa
 - Productividad de los servicios y de las aplicaciones disponibles
 - Adaptabilidad frente a cambios tecnológicos
 - Rápida adaptación a las necesidades del usuario.

Niveles de búsqueda de la reducción de los costes de energía

Nivel 1: cumplimiento de las normativas básicas de acondicionamiento

Nivel 2: selección de los sistemas de climatización

Nivel 3: selección del sistema de iluminación

Nivel 4: estrategias inherentes a cada edificio: orientación, soleamiento, protecciones, etc.

Factores de diseño que influyen en el ahorro energético

1. Aislamiento de los cerramientos
2. Superficie acristalada
3. Selección de sistemas y equipos de climatización
4. Iluminación más eficaz (equipos bajo consumo)
5. Fuentes de energía (cogeneración)
6. Posición del edificio en el entorno.

Valoración de costos

- Energéticos
 - Reducción del 17.5% de consumos
 - 60% en energía destinada a iluminación
 - 20% menos en sistemas de climatización
- Monetarios:
 - Sobrecosto: 2-15%
 - Sobrecosto: 30 - 100USD X m²
 - Costo global de la construcción: 5-10%

- No son necesariamente más económicos, pero sí repercuten positivamente en el confort y en el avance tecnológico
- El diseño de una edificación inteligente es el resultado de un trabajo interdisciplinario

Referencias bibliográficas

- Casadomo (2011). Recuperado el 7 de Noviembre de 2011 de <http://www.casadomo.com/noticiasDetalle.aspx?c=14>
- Domotica (2011). Recuperado el 8 de Noviembre de 2011 de <http://www.domotica.org.es/topic/238>
- Cedom (2011) Asociación Española de Domotica. Recuperado el 9 de Noviembre de 2011 de <http://www.cedom.es/>
- En: Telematique (2005) Vol 4. Edic. 2. Recuperado el 9 de Noviembre de 2011 de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/784/78440202.pdf>
- Instituto Cerda (1989) Área de telecomunicaciones. Edificios y áreas inteligentes. España.
- Rodríguez G. (2001) Diseño y evaluación de un edificio inteligente para centros de educación superior.
- Urriza, A. (1991) Domótica. Conceptos de integración. México: Mc-Graw Hill.

LA CAPACITACIÓN DEL PERSONAL, LA CALIDAD EN EL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Miguel Ángel Medina Romero mamedina@umich.mx
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Jessica Hernández Morales sikuame_78_51@hotmail.com
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen

El propósito del presente trabajo consiste en ensayar en torno a la capacitación del personal como elemento clave en la generación de calidad en el servicio y la satisfacción del cliente, en la consideración del rubro de los recursos humanos. La división del trabajo en la fábrica propicia que los trabajadores estén en contacto continuo, pues la producción es resultado del trabajo en una gran cadena de obreros que no ejecutan todas las actividades de la producción de un bien o servicio, sino que participan solo en parte, y al hacerlo ponen en evidencia la necesidad del trabajo especializado de cada uno en el proceso productivo moderno. Y es esta necesidad de especialización la que resalta la importancia del adiestramiento y la capacitación del personal en los diversos niveles de la organización con el fin de aumentar su efectividad. Por lo tanto, en estos espacios se traza un trabajo de reflexión teórica que considera que dentro de la empresa al trabajador se le debe permitir el ascenso de puesto y otorgarle condiciones para adquirir una constante capacitación con miras a contar con los conocimientos necesarios para poder ocupar con efectividad los diferentes puestos dentro de la organización, al desarrollar sus aptitudes dentro del continuo aprendizaje.

Palabras clave: Recursos Humanos, Capacitación, Personal, Cliente, Calidad.

Abstract

Our objective in this paper is to try on the qualification of the worker as key element in the generation of quality in the service and the client's satisfaction, in the consideration of the heading of the human resources. In these spaces we want to draw up a theoretical reflection that it considers that within the factory the worker must allow him the labor ascent, as well as the constant qualification so that he acquires the knowledge necessary to occupy with effectiveness the different rolls from the organization.

Key words: Human Resources, Qualification, Worker, Client, Quality.

Introducción

En el presente trabajo se plantea analizar la relación entre tres elementos de interés, la capacitación del personal, la calidad en el servicio y la satisfacción del cliente. Así, se ensaya en torno a la capacitación del personal como elemento clave en la generación de calidad en el servicio y la satisfacción del cliente, en la consideración del rubro de los recursos humanos.

Los escenarios mundiales en los que se intercambian los bienes y servicios son actualmente la principal referencia para la medición de los niveles de competitividad. A diferencia de los bienes

materiales el consumo de servicios se mide por el grado de satisfacción y la experiencia vivida al momento de adquirirlos.

En México, el desarrollo de la industria dio lugar a la creación de grandes fábricas o regiones en donde se concreta la actividad económica, las cuales constituyen la base de un proceso natural de agrupación de los trabajadores; y en donde se divide el trabajo entre las ramas de la producción; y en donde se ponen en contacto los diferentes oficios.

La división del trabajo en la propia fábrica propicia que los trabajadores estén en contacto continuo, pues la producción es resultado del trabajo en una gran cadena de obreros que no ejecutan todas las actividades de la producción de un bien o servicio, sino que participan solo en parte, y al hacerlo ponen en evidencia la necesidad del trabajo especializado de cada uno en el proceso productivo moderno. Esta necesidad de especialización resalta la importancia del adiestramiento y la capacitación del personal en los diversos niveles de la organización con el fin de aumentar su efectividad.

En el caso mexicano se tienen antecedentes de una estructura aplicada de capacitación. Las empresas grandes y muy grandes dieron gran importancia a la capacitación de personal, aunque de manera individual analizaron y diseñaron sus propios subsistemas de capacitación. Las empresas medianas, aunque consientes de la necesidad e importancia de la capacitación, no lograron diseñar, ningún subsistema de capacitación, así que optaron por recurrir a enviar cursos de capacitación a personal preseleccionado de manera no programada. Posteriormente, aparecieron los lineamientos normativos; por lo que hoy por hoy se cuenta con una de las legislaciones más avanzadas del mundo; y tales normativas están consignadas, principalmente, en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y en la Ley Federal del Trabajo.

1. Planteamiento del Problema

Cuando una empresa se prepara para mejorar a través de la calidad, requiere definir su programa de entrenamiento y desarrollo, de manera que se planee, coordine, implemente, evalúe y mejore, en un proceso continuo. Se requieren nuevos tipos de entrenamiento para apoyar este proceso de implementar enfoques exitosos de mejoramiento a través de todas las personas de la organización. La participación y el entrenamiento deben tener en cuenta que la necesidad de involucrarse, y de la flexibilidad, es el corolario obvio: *entrenar y entrenar sin descanso*. En consecuencia, la organización debe:

- Invertir en el capital humano, así como invierte en equipos o hardware.
- Entrenar a los nuevos empleados, y entrenarlos de nuevo siempre que sea necesario.
- Entrenar a cada persona en las técnicas de solución de problemas, para que pueda contribuir al mejoramiento de la calidad.
- Entrenar intensamente a las personas siguiendo su promoción hasta el nivel gerencial: después, entrenar a los gerentes para que avancen en la carrera.
- Utilizar el entrenamiento como medio para desarrollar confianza en la organización.
- Insistir en que el entrenamiento debe ser responsabilidad de línea; todo programa de entrenamiento debe basarse en los problemas que afectan a los jefes de línea.

Aumentar la destreza y la habilidad de los empleados de una organización involucra al área general de capacitación de personal, así como el uso adecuado de promociones, transferencias y

separaciones. En la década de los ochenta la capacitación se volvió más compleja debido al aumento de las regulaciones gubernamentales en las áreas de igualdad de la oportunidad de empleos. Diez años más tarde, la capacitación desempeñó un papel muy importante, ya que por la dinámica de las empresas se intensificó su actividad hacia la exportación, lo que requirió la creación de programas formales y sistemas de capacitación efectivos.

Tradicionalmente, las actividades de capacitación y desarrollo de personal son responsabilidad del departamento de personal y del jefe inmediato. Pero, en ocasiones, los supervisores inmediatos no dan a la capacitación la importancia suficiente. Sin embargo, todo jefe inmediato debería considerar de gran importancia el obtener y capacitar personal calificado.

Para lograr la plena satisfacción del cliente se requiere contar no sólo con capacidad productiva, sino con servicios de calidad. Esta situación ha llevado al sector empresarial de servicios a encaminar sus esfuerzos de captación de clientes en este segmento en claro crecimiento, lo que está significando para los países una fuerte competencia por situarse en una posición favorable en este mercado.

El aumento en la complejidad del funcionamiento de las organizaciones, provocado entre las cosas por la globalización de los mercados, la especialización de la fuerza laboral y el surgimiento de nuevas tecnologías, hace necesario examinar las estrategias de capacitación que las empresas implementan y el cómo los individuos adquieren y desarrollan conocimientos dentro de ellas, de hecho el conocimiento se ha convertido en un recurso económico básico, en un medio de producción (Drucker, P., 1995).

La afirmación anterior indica a las organizaciones la fórmula para la creación de valor, esto es, que los individuos adquieran altos niveles de habilidad y adaptabilidad, para que con ello se alcance el aumento de la productividad y la innovación, las cuales son aplicaciones del conocimiento al trabajo. Actualmente, la capacitación del elemento humano es una alternativa que responde a la necesidad que tienen las distintas organizaciones de contar con personal especializado para sus procesos productivos, de tal forma que las empresas o instituciones se deben preocupar por capacitar a sus recursos humanos de manera integral para actualizar las competencias con nuevas técnicas que garanticen la eficiencia en el trabajo.

Hoy por hoy, las empresas no pueden sobrevivir por el simple hecho de realizar un buen trabajo o crear un buen producto. Solo una excelente labor de interacción con los consumidores permite tener éxito en los mercados globales, cada vez más competitivos. Se ha demostrado que la clave para una operación rentable de la empresa es el conocimiento de las necesidades de sus clientes y el nivel de satisfacción alcanzado por ellos al consumir el producto o servicio ofrecido (Zeithaml, V., y Bitner, M., 2002).

El área de capacitación, debe tener la capacidad de dar respuesta pronta y eficaz a las diferentes necesidades que dentro de su competencia se generen en cualquier tiempo y en cualquier otra área de la organización. De este comentario se desprende que las áreas encargadas de la capacitación de personal, no pueden continuar dando un servicio responsivo sólo para *capacitar por capacitar*. En la actualidad existe un mundo con las siguientes características: competitividad, apertura y penetración de nuevos mercados, equipos y mobiliario de bajo costo, valores agregados a los productos, nuevas tecnologías, investigación científica, impulso a la calidad, rapidez en la toma de decisiones, etcétera. La capacitación es una de las formas más efectivas de enfrentar el cambio, adecuarse a la

modernidad, de modificar actitudes y desaparecer vicios ancestrales. Sin ser la panacea, es la herramienta más efectiva para contribuir al cambio, la misión de las personas que crean en sus beneficios, consistirá en promoverla y desarrollarla en sus centros de trabajos.

Hay muchas razones por las cuales una organización debe capacitar a su personal, pero una de las más importantes es el contexto actual, es decir, considerar que se vive en un contexto sumamente cambiante. Ante esta circunstancia, el comportamiento se modifica y se enfrenta constantemente a situaciones de ajuste, adaptación, transformación y desarrollo y por eso se deben estar siempre actualizados. Por lo tanto, las empresas se ven obligadas a este dinámico entorno. Ninguna organización puede permanecer tal como está, ni tampoco su recurso máspreciado (su personal) debe quedar rezagado y una de las formas más eficientes para que esto no suceda es capacitándolo de manera permanente (Resa, T. J., 2006).

Actualmente, hacer empresa en nuestro país es complejo por la gran incertidumbre o riesgos que genera tanto los factores ambientales como los macro-ambientales, Siendo ello más evidente en estos últimos años el ingreso y la caída de diferentes marcas. Esto, debido posiblemente a un ineficaz plan de marketing, a una mala política de precios, un ineficiente liderazgo o un personal poco motivado y con una pobre o ninguna capacitación, entre otros.

En esta década el contexto internacional se enfoca a procesos de globalización económica y competitividad, los cuales están modificando las estructuras económicas sectoriales que contemplan incrementos en el desarrollo empresarial, dándoles nuevas perspectivas en un mercado potencial, productividad, tecnología, abastecimiento y distribución de sus productos y servicios. La capacitación en México debe de ser tomada seriamente, debido a que los cambios en las condiciones tanto internas como externas del país implican que una organización realice los ajustes necesarios para adaptarse rápidamente.

Existen diversas formas para ser competitivo, crear un producto con mayor calidad que la de los competidores; proporcionar mejor atención y servicio a los clientes; lograr menores costos de fabricación que los competidores o proporcionar al cliente un valor mayor por su dinero. En todos estos ejemplos, es fundamental la participación del factor humano y esto sólo se puede lograr a través de la capacitación.

Una de las herramientas que mejor permiten obtener y valorar resultados en la administración de los recursos humanos de una empresa es la capacitación, impartida de manera adecuada la capacitación de personal genera resultados gratamente positivos para todas las partes involucradas en los procesos diarios de una empresa. Independientemente de ser un requerimiento legal, tal y como lo establece la Ley Federal del Trabajo, la capacitación en México es una inversión que los empresarios deben realizar para adaptarse rápidamente a las situaciones cambiantes debido al uso de nuevas tecnologías y la globalización del mercado.

Al contar con personal preparado adecuadamente, informado con datos actualizados sobre productos, servicios, políticas de la empresa, podrán afrontar exitosamente cualquier reto que se les presente en el ámbito laboral. El costo por equivocaciones de los empleados al realizar sus actividades es mucho mayor que el costo por capacitarlos en forma continua y programada y el beneficio económico que puede producir para la empresa. En ocasiones los empresarios no capacitan a su personal por temor a ser abandonados por el empleado una vez que termina la capacitación, o bien, temen que la competencia le haga una mejor oferta de ingresos y se lleve a un empleado una vez que termina la

capacitación, o bien, temen que la competencia le haga una mejor oferta de ingresos y se lleve a un empleado ya capacitado.

Manteniéndose informados sobre la posición competitiva que la empresa mantienen el mercado y de la calidad de vida laboral que ofrece a los trabajadores la misma organización puede propiciar que los empleados se sientan comprometidos a continuar laborando donde sienten que se les recompensa su esfuerzo.

Actualmente, la capacitación del elemento humano es una alternativa que responde a la necesidad que tienen las distintas organizaciones de contar con personal especializado para sus procesos productivos, de tal forma que las empresas o instituciones se deben preocupar por capacitar a sus recursos humanos de manera integral para actualizar las competencias con nuevas técnicas que garanticen la eficiencia en el trabajo.

La eficiencia de cualquier organización dependerá directamente de la adecuada capacitación de su personal. Los empleados recién contratados necesitan alguna capacitación, mientras que los ya experimentados requieren nueva capacitación para mantenerse actualizados y responder a las exigencias de su puesto actual, así como a la de futuros puestos o promociones.

Por lo que se puede decir que la capacitación motiva al personal para trabajar más; los que entienden su puesto demuestran un mejor espíritu de trabajo, y el simple hecho de que la dirección superior confíe lo suficiente en sus capacidades para invertir dinero en su capacitación, les da la seguridad de que son miembros apreciados por la empresa.

El propósito de la capacitación es orientar esas experiencias de aprendizaje en sentido positivo y benéfico, así como complementarias y reforzarlas con una actividad planeada para que el personal de todos los niveles pueda desarrollar más rápidamente sus conocimientos y las aptitudes y habilidades en su propio beneficio y el de la organización. La capacitación consiste en una secuencia programada en eventos que pueden ser visualizados como un proceso continuo. (Rodríguez, V. J., 2007). Además, como proceso y al mismo tiempo como subsistema forma parte del sistema de personal, y sus componentes, de acuerdo con la teoría de sistemas, son entradas, proceso de conversión, salidas y retroalimentación.

De manera específica, la organización como sistema abierto recibe determinados recursos humanos, los procesa a través de medios de convicción o influencia y trata de volverlos más adecuados a sus objetivos. En la figura 1 se muestra el sistema de capacitación.

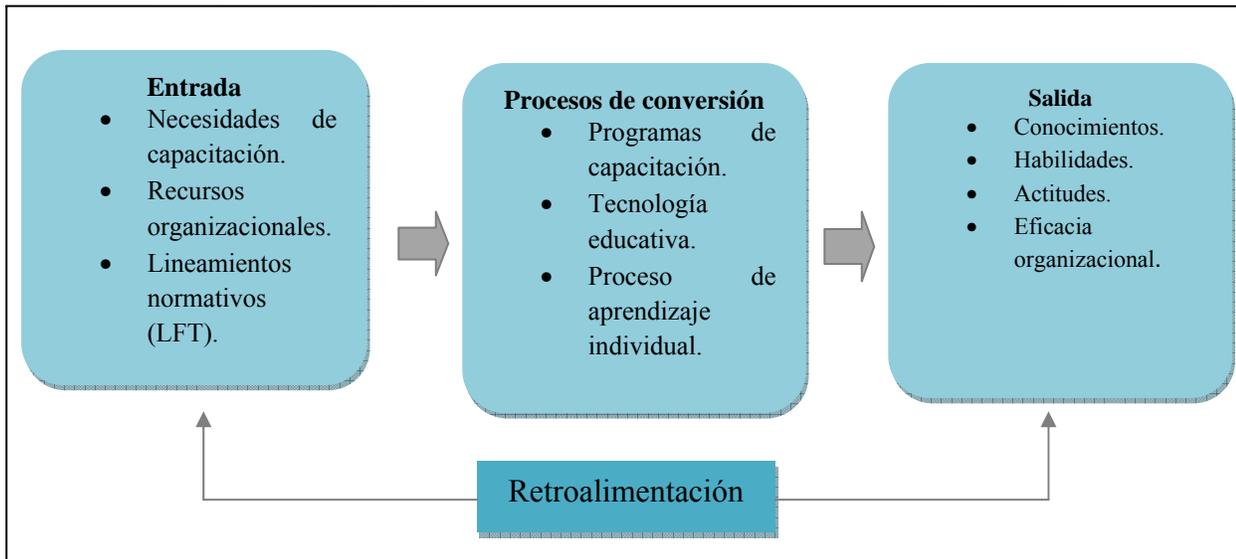
Como se observa en la Figura 1, concebir la función de capacitación como un sistema permite enfocarla como una serie de fases o pasos encaminados a dotar al personal de conocimientos, desarrollar habilidades y mejorar sus actividades para el logro de objetivos individuales de la organización y del área de trabajo, y de esta manera se logra el objetivo general de la capacitación que es conseguir adaptar al personal para el ejercicio de determinada función o ejecución de una tarea específica en una empresa determinada.

Se considera a la capacitación como uno de los insumos más importantes de los lineamientos normativos. La Constitución Política y la Ley Federal del Trabajo hacen referencia a la capacitación en la fracción XIII del Artículo 123 constitucional, en el que otorgan algunas ventajas como espontaneidad, apertura, economía y simplicidad. De manera paralela, el sistema nacional de

capacitación ha otorgado su apoyo para que el sector privado genere centros de capacitación que beneficien sus respectivas actividades productivas, entre ellos están:

- Instituto de Capacitación de la Industria de la Capacitación (ICIC).
- Instituto de Capacitación Azucarera (ICIA).
- Instituto de Capacitación Automotriz (ICA).
- Centro de Capacitación Textil (CATEX).

Figura 1. La capacitación como sistema



Fuente: Rodríguez, V. J., 2007: 249.

La política de capacitación está estrechamente vinculada con la productividad. La capacitación, además de facilitar la obtención de mayores rendimientos en las empresas, permite elevar el bienestar por los ingresos superiores y la movilidad social a que dan lugar mejores niveles de calificación de la fuerza de trabajo y mejores métodos de organización y trabajo.

El desarrollo nacional requiere ineludiblemente de políticas de capacitación. Sin embargo, para que la competencia y el desarrollo se esfuercen mutuamente, es necesario lograr un equilibrio adecuado entre ambos. Si para el grado de desarrollo logrado la capacitación es insuficiente, esta puede impedir mayor desarrollo. Si la capacitación no se relaciona con las oportunidades que para su ejercicio ofrece el desarrollo logrado, habrá derroche de recursos. De esta manera, la capacitación es a la vez resultado y condición del desarrollo nacional.

2. Beneficios e Importancia de la Capacitación

Hay muchas razones por las cuales una organización debe capacitar a su personal, pero una de las más importantes es el contexto actual, es decir, considerar que vivimos en un contexto sumamente cambiante. Ante esta circunstancia, el comportamiento se modifica y nos enfrenta constantemente a situaciones de ajuste, adaptación, transformación y desarrollo y por eso es que debemos estar siempre actualizados. Por lo tanto, las empresas se ven obligadas a encontrar e instrumentar

mecanismos que les garanticen resultados exitosos en éste dinámico entorno. Ninguna organización puede permanecer tal como está, ni tampoco su recurso más preciado (su personal) debe quedar rezagado y una de las formas más eficientes para que esto no suceda es capacitando permanentemente (Reza Trosino, J.C., 2006)

Las personales son esenciales para las organizaciones y ahora más que nunca, su importancia estratégica está en aumento, ya que todas las organizaciones compiten a través de su personal. El éxito de una organización depende cada vez más del conocimiento, habilidades y destrezas de sus trabajadores, es decir, de sus competencias laborales. Cuando el talento de los empleados es valioso, raro y difícil de imitar y sobre todo organizado, una empresa puede alcanzar ventajas competitivas que se apoyan en las personas (Ducci, M., 1997)

Por esto la razón fundamental de porqué capacitar a los empleados consiste en darles los conocimientos, actitudes y habilidades que requieren para lograr un desempeño óptimo, porque las organizaciones en general deben dar las bases para que sus colaboradores tengan la preparación necesaria y especializada que les permitan enfrentarse en las mejores condiciones a sus tareas diarias y para esto, no existe mejor medio que la capacitación, que también ayuda a alcanzar altos niveles de motivaciones, productividad, integración, compromiso y solidaridad en el personal de la organización, es decir lograr una cultura de calidad.

3. La Teoría del Aprendizaje

Aprender significa un cambio en relación con el estado anterior del individuo, y ese cambio puede producirse en los conocimientos, la comprensión, los hábitos, las habilidades, los intereses, las aptitudes o la percepción. Este cambio en los estados internos debe manifestarse en el comportamiento, lo que en términos de la calificación del personal significa lograr el objetivo final de la empresa, o sea, aumentar la eficiencia en el desempeño de sus funciones.

Para que la capacitación produzca el cambio deseado en los estados internos y el comportamiento del personal, es necesario conocer las leyes del aprendizaje, así como las características socio psicológicas a través de las cuales actúan estas leyes y los principios en los que se debe basar la capacitación.

El aprendizaje humano se genera siguiendo las leyes que rigen este proceso. Así, para Rodríguez (1990) esas leyes son las siguientes:

1. La ejercitación. Los individuos recuerdan con mayor claridad y durante más tiempo aquello que han repetido y ejercitado.
2. El efecto. La persona relaciona el éxito o fracaso en la ejecución de una tarea con el grado de gratificación o frustración que le produce.
3. La primacía. El individuo recuerda más claramente la primera experiencia que las sucesivas, aunque se produzca en igualdad de condiciones, porque ésta crea una impresión más fuerte e imborrable.
4. La intensidad. La persona aprende más de las vivencias asociadas con un impacto emocional porque éstas producen un grado de excitabilidad más favorable para el aprendizaje que las experiencias rutinarias y monótonas.
5. La utilidad. La persona memoriza más rápido y más fácil el conocimiento adquirido a medida que lo optimiza y al hacerlo disminuye la probabilidad de que lo olvide.

Siguiendo al mismo autor, el personal sometido a un conjunto de influencias sociales que se reflejan en su conducta, presenta algunas características socioecológicas que se deben tener en cuenta al impartirles capacitación: la motivación, la experiencia y el estatus. En primer lugar, la motivación es la fuerza que induce a las personas a actuar, y la que orienta y regula su conducta influye en su voluntad para ejecutar una tarea, vencer las dificultades y movilizar sus potenciales. Al trabajar en situaciones con las que se identifican, el personal se siente más motivado durante el proceso de capacitación y más preparado para desempeñarse con eficacia en condiciones reales. Por su parte, la experiencia. Las vivencias experimentadas por el ser humano determinan en cierta medida sus motivaciones actuales y sus expectativas. La experiencia también conforma un conjunto de estereotipos y patrones de conductas ante las diversas situaciones que se le presentan al personal, y constituye un centro de información para interpretar, valorar y responder a los problemas que tenga que enfrentar. Y el estatus es la posición jerárquica que ocupa un individuo en relación con nosotros, está asociado con el grado de autoridad e influencia que se ejerce sobre los demás, así como con la responsabilidad que tiene ante determinados objetivos, personas o situaciones. El estatus que ocupa el individuo condiciona el surgimiento de un conjunto de actitudes y comportamientos. El grado de autoridad, influencia y control que debe ejercer sobre individuos y grupos en su actividad diaria se interioriza hasta convertirse en un aspecto más de su personalidad, que se manifiesta no solo en la esfera laboral sino también en otros ámbitos de su vida.

Un enfoque que considere éstas características garantiza que el proceso de capacitación incremente el juicio crítico de los participantes, mejore el conocimiento de si mismos y de sus posibilidades como dirigentes, y desarrolle sus habilidades en el área de la comunicación. Esto último da lugar a que mejoren las relaciones del dirigente con sus subordinados, a que se produzca una mayor cohesión en los grupos de trabajo y a que se realice la actividad con mayor eficacia.

Principios de la capacitación. A partir de las leyes de aprendizaje y de las características socio psicológicas que conforman a los individuos, las cuales se reflejan en el desempeño de sus actividades, han surgido los principios o conceptos de la capacitación que se enumeran enseguida:

1. El aprendizaje debe perseguir un objetivo que constituya el centro del proceso y que responda a las necesidades de los participantes.
2. La elección de los métodos a utilizar se debe basar en el cambio que se pretende lograr, ningún método es bueno o malo por si mismo, su efectividad depende de cuál sea su objetivo.
3. Al enseñar algo nuevo se debe partir de las experiencias anteriores de los participantes, pues aprenderán con mayor facilidad si las nuevas enseñanzas se asocian con las necesidades, conocimientos, valores, actitudes y creencias que ya poseen como resultado de su experiencia.
4. Se debe pedir al trabajador que aplique los conocimientos y las habilidades aprendidas en la capacitación en situaciones prácticas de su actividad laboral con el fin de que pueda evaluar su grado de aprovechamiento.
5. Se debe disminuir la existencia del individuo a aprender. Esta resistencia al aprendizaje pro parte del trabajador que está recibiendo capacitación se puede presentar cuando se le enfrente a informaciones, hechos o situaciones contrarias a sus creencias, pues las personas tienden a seleccionar la información que confirman sus creencias y actitudes, y a rechazar la que se opone a estas mediante el olvido o la deformación.
6. La capacitación debe fomentar la independencia del participante, pues este necesita desarrollar su iniciativa y ser muy independiente durante el proceso de aprendizaje.
7. Se debe dedicar el tiempo necesario para procesar la información, ya que las personas solo pueden comprender y retener una determinada cantidad de la información que recibe.

8. Hay que tomar en cuenta que los procesos de solución de problemas y aprendizajes son únicos e individuales, al igual que la personalidad de cada individuo es única e irrepetible. Aunque los estilos y métodos para enfrentar los problemas y aprender de todas las personas aparentemente son iguales, siempre existe una particularidad que los diferencia.
9. El aprendizaje es un proceso interno que ocurre en la psique de cada individuo, por lo tanto, sin restar importancia al papel del instructor, que solo puede activar las potencialidades del trabajador bajo capacitación, es necesario en primer lugar lograr que la persona se involucre personalmente en el proceso.
10. Se debe evaluar en grupo a los trabajadores que recibieron la capacitación y pedirles que se autoevalúen para darles la oportunidad de formular los criterios de evaluación y medir sus progresos.

4. Modelos de Capacitación

Por lo general las organizaciones no distinguen los programas de capacitación, por lo que conviene definirlos con claridad: los programas de formación, que consideran el proceso mediante el cual se desarrolla el aprendizaje de los miembros de una organización, modificando su conducta y sus habilidades con el propósito de lograr los objetivos organizacionales; y los programas de desarrollo humano, que dan cuenta del proceso mediante el cual se busca el desarrollo amplio de los miembros de una organización mediante el desarrollo permanente de las habilidades técnicas y humanas que potencien las conductas y las habilidades de las personas para el logro de sus objetivos personales, armonizados estos, con los de la organización.

Como se puede observar la distinción entre ambos conceptos radica fundamentalmente en que formación, busca mejorar las habilidades porque así conviene a la organización, y en el segundo se pretende no solo modificar las habilidades sino también la conducta y las actitudes, de manera que los beneficios no solo sean para la organización sino también para las personas. En la práctica la distinción de los conceptos es más clásica.

La información está dirigida hacia los empleados y los trabajadores y los programas de desarrollo, se orientan más bien a la parte gerencial. Aunque moleste la afirmación por la idea de la democracia y la igualdad en la que hemos sido educados, la razón de que esto sea así tiene que ver entre otras cosas con los costos.

El seguimiento personalizado del desarrollo de una persona en la organización, resulta muy costoso y pocas veces se lleva a cabo, como veremos más adelante. Para la mayor parte de los administradores, la formación obligatoria, estilo lluvia que le cae al que se deje, sigue siendo la práctica más observada en las empresas.

Por lo tanto se puede inferir que un plan de formación como lo muestra la gráfica no necesariamente es malo, y cuando se lleva a cabo con seriedad y rigor trae muy buenos resultados tanto para la organización, como para los trabajadores. Sin embargo, el desarrollo humano es una estrategia mucho más amplia que relaciona dos cosas que suelen estar siempre mal vinculadas: la misión y los objetivos de la empresa, con las necesidades de crecimiento y el sentido de la vida de las personas.

5. Diseño de los Programas de Capacitación

La determinación de las necesidades de capacitación es de gran importancia a la hora de proyectar un

programa de este tipo. La elaboración y ejecución de programas de capacitación requiere realizar un estudio en la empresa para conocer los antecedentes en los que se basarán, de tal manera que se logre el objetivo de incrementar la productividad, el cual influirá en la reducción de tiempos y costos, y en el aumento en la calidad del trabajo, así como el desarrollo óptimo de los recursos humanos.

Al elaborar un programa de capacitación hay que revisar distintas partes, comenzando por la motivación de la persona para que desee ser capacitada como ya se expuso, la capacitación consiste en cambiar comportamientos, lo que se puede lograr siguiendo los pasos que se listan a continuación:

1. Convencer al trabajador de que los cambios en su comportamiento favorecerán sus intereses.
2. Crear conciencia en los trabajadores de que los cambios en su comportamiento y el verter éste en un hábito redundará en mejor desempeño) formas más productivas o satisfactorias de realizar su actividad).
3. Decirle al trabajador que tiene que aceptar la capacitación si así se lo ordena su jefe inmediato o sus superiores de más alto nivel. En este último caso el trabajador cambiara por obligación más que por que reconozca que al recibir capacitación mejorara su desempeño o su tarea será más gratificante.

Y el éxito de un programa de capacitación depende de que se haya planeado preparada adecuadamente. La preparación cuidadosa ayudará a: 1) lograr el máximo beneficio para los participantes; 2) darle al programa importancia y validez; y 3) aumentar la seguridad en sí mismos a los instructores encargados de impartir el programa.

Conclusión

La capacitación del personal dentro de una empresa es con la finalidad de que realice su trabajo con facilidad y entusiasmo, además de disminuir el desperdicio de material o de horas que tardaría en aprender a realizar de forma eficiente su trabajo ya que si se encuentra altamente capacitado realizará las actividades con mayor facilidad e interés, creando así un mejor lugar de trabajo, lo que significa una mayor producción. Esta variable es de gran importancia dentro de la empresa ya que ésta puede incrementar los ingresos de la empresa, en otras palabras, el personal puede dar un mejor servicio al cliente logrando así que éste regrese, o incrementar la lista de los ya existentes,

Dentro de la empresa, al trabajador se le debe permitir el ascenso de puesto y debe tener una constante capacitación para que tenga los conocimientos necesarios para poder ocupar diferentes puestos dentro de la misma al desarrollar sus aptitudes dentro del continuo aprendizaje (la ejercitación, el efecto, la primacía, la intensidad y la utilidad).

Al trabajador no solo se le debe capacitar por capacitar, ya que sería un gasto para la empresa que no se vería recompensado en los ingresos, pues el trabajador no tendría un aprendizaje adecuado para realizar sus actividades dentro de la organización; pero, si por el contrario, se le da una motivación al momento de capacitarlo será más fácil para el asimilar la información que se le da. Esto es, que se le debe incentivar durante el periodo de capacitación. Los miembros de la empresa deben tener una constante capacitación para mejorar en técnicas de producción, de trato al cliente, etc., para lograr ganarle a la competencia y así lograr obtener mayores ingresos.

Referencias Bibliográficas

- Byars y Rue, B. y. (1986). *Administración de recursos humanos*. México: Interamericana.
- Cantú, D.H. (2006). *Desarrollo de una cultura de calidad*. México: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2002). *Gestión del talento humano*. Colombia: Mc Graw Hill.
- David Keith, N. J. (1993). *Comportamiento Humano en el Trabajo*. México: Mc Graw Hill.
- Drucker, P. (1993). *Gerenciar para el futuro*. Bogotá: Norma.
- Ducci, M. (1997). *El enfoque de competencia laboral en la perspectiva internacional, en formación basada en competencia laboral*. Montevideo: Cinterfor/Organización Internacional del Trabajo.
- Gobierno de Jalisco. (2004). *Plan Municipal de Desarrollo 2004-2006*. Guadalajara: Gobierno de Jalisco.
- Gobierno Municipal de Puerto Vallarta. (2004). *Plan Municipal de Desarrollo 2004-2006*. Puerto Vallarta: Gobierno Municipal de Puerto Vallarta.
- Loveloch, C. (2009). Marketing de servicios. México: Prentice Hall.
- McColgan, E. (1997). How fidelity Invests in service professionals. *Harvard Business Review*, 137, 152-170.
- Normann, R. (1984). Getting People to Grow. *Service Management*, 44, 111-121.
- Oackland, J. (2004). *Administración por calidad total*. México: Cecsá.
- Oliver, R. (1997). *Satisfaction, a Behavioral Perspective on the Consumer*. Nueva York: Mc Graw Hill.
- Parra López, E., & Calero García, F. (2006). *Gestión y Dirección de Empresas Turísticas*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Pfeffer, J. (1998). The Human Equation. *Harvard Business School Press*, 152, 86-97.
- Porter, M. (2000). *Estrategia Competitiva*. México: Cecsá.
- Porter, M. (2002). *Ventaja Competitiva*. México: Cecsá.
- Resa, T. J. (2006). *ABC del instructor*. México: Panorama.
- Reyes, P. A. (1988). *Administración de personal*. México: Limusa.
- Reza Trosino, J. C. (2006). *Nuevo diagnóstico de necesidades de capacitación y aprendizaje en las organizaciones*. México: Panorama Editorial.
- Rivas, T. L. (2005). *Gestión Integral de Recursos Humanos*. México.
- Robbins, S. (2005). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson.
- Rodríguez, F. (1990). *Enfoques y métodos para la capacitación a dirigentes*. Ciudad de La Habana: Pueblo y Educación.
- Rodríguez, V.J. (2007). *Administración Moderna de Personal*. México: Thomson Learning.
- Zeitham, V., y Bitner, M. (2002). *Marketing de Servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa*. México: Mc Graw Hill.

INSTRUMENTACIÓN DE PROCESOS BÁSICOS DE CALIDAD Y SU IMPACTO EN EL PERSONAL OPERATIVO EN AGENCIA AUTOMOTRIZ

José Luis Benítez Salcedo
Dr. Oswaldo Del Castillo C.

tebis26@hotmail.com
oswaldo@uas.uasnet.mx

Universidad Autónoma de Sinaloa
Universidad Autónoma de Sinaloa

RESUMEN

El entorno comercial global que prevalece actualmente es extremadamente competitivo. Para atraer y retener a los clientes, las organizaciones necesitan enfocarse en determinar lo que los clientes desean, quieren y valoran con el fin de diseñar e implementar procesos básicos de calidad aplicados por el personal operativo de la organización y con ello estar en condiciones de ofrecer al cliente lo que demanda. Este documento presenta la propuesta de un proyecto de investigación cuyo objetivo central es analizar la instrumentación de procesos básicos de calidad y sus implicaciones en el personal operativo en la agencia automotriz. El estudio se llevará a cabo bajo el enfoque cualitativo, para ello se utilizará una muestra dirigida, cuyas unidades de análisis serán agencias del sector automotriz en la ciudad de Culiacán, Sinaloa, México. Las técnicas para la recolección de datos serán: encuesta, entrevista semi-estructurada y análisis de documentos. Para la explicación del fenómeno se recurrirá a la revisión de propuestas de autores como Demming, Juran, Crosby, Drucker, Peters entre otros. Se contempla que el trabajo de investigación genere nuevos conocimientos respecto a lo que sucede en el personal operativo al instrumentar los principios de calidad en los procesos básicos de una organización automotriz.

Palabras claves: Personal Operativo, Procesos Básicos, Calidad.

ABSTRACT

The global commercial environment that prevails now on days is extremely competitive. To attract and retain clients, the organizations need to focus in what the customers desires, wants and values with the purpose of design and implement basic processes of quality applied by the operative personnel of the organization and with that stay in conditions to offer to the client what he demands. This document presents the proposal of an investigation's project with the central objective of analyze the basic instrumentation of basic processes of quality and its implications in the operative personnel in the automotive agency. The study will be done by the qualitative approach, for that it will be used a directed sample, which units of analysis will be agencies of the automotive sector in the city of Culiacán, Sinaloa, México. The techniques for the recollection of data will be: survey, semi-structured interview and document analysis. For the explanation of the phenomenon it will resort to the revision of proposals of authors like Demming, Juran, Crosby, Drucker, Peters among others as well. It is contemplated that the work of investigation will generate new knowledge about what happens to the operative personnel at the time of orchestrating the quality principles in the basic processes of an automotive organization.

Keys Words: Operative Personnel, Basic Processes, Quality

INTRODUCCIÓN.

A escasos años de haber iniciado el nuevo milenio y ante la acelerada ola de cambios cada vez más constantes, abruptos y rápidos, originados en las ultimas décadas del siglo pasado nos encontramos inmersos en un nuevo contexto global en el que se percibe un ambiente organizacional cada vez más complejo y competitivo, con sus consecuencias positivas y negativas, y que de alguna forma obliga a las organizaciones a ser cada vez más eficientes y eficaces en su intento por permanecer en el mercado.

En el presente trabajo se presenta el protocolo de investigación autorizado en el marco de los estudios de doctorado en administración, bajo la línea de generación y aplicación del conocimiento: Recursos humanos. La investigación autorizada por la Facultad de Contabilidad y Administración de la Universidad Autónoma de Sinaloa, presenta un panorama sobre la estrecha relación entre los criterios de calidad sustentada en los procesos básicos de la organización y el personal operativo, quien instrumenta los lineamientos de calidad, muchas veces sin conocer ni comprender plenamente sus implicaciones en el desarrollo del proceso.

El trabajo tiene como estructura primeramente el planteamiento del problema, en donde se reflejan tanto el objetivo general como la pregunta principal de la investigación. Posteriormente se presenta el enfoque teórico, donde se resaltan definiciones y comentarios sobre la calidad, empresa, factor humano y las diferentes tipos de empresas.

Por ultimo se encuentran los apartados donde describe los criterios metodológicos en los cuales se sustentara la recolección de datos y los resultados esperados de la misma, quedando finalmente el apartado de bibliografía.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

En las últimas décadas, con el objeto de incrementar la competitividad, la productividad y la capacidad en los sistemas productivos han ido apareciendo diferentes enfoques y técnicas como justo a tiempo, producción ajustada, calidad total, reingeniería, fabricación de clase mundial, benchmarking, mantenimiento productivo total, entre otros. Dichos enfoques se legitiman con base en una economía de mercado donde cada una de las empresas individuales se encuentra bajo presión constante para reducir sus costos de producción con el fin de mantener o incluso incrementar su cuota de mercado. Esta presión explica la actual prioridad en torno a los procesos que Oakland, J.S. (1993) define como outputs que satisfacen las necesidades de los clientes así como sus expectativas, en forma de productos, información, servicios o generalizando resultados.

Se trata básicamente de gestionar operaciones basadas en flujos horizontales y enfocados al cliente y se fundamenta “en la asignación de directivos con la responsabilidad de cada uno de los procesos de la empresa. En su forma más radical, se sustituye la organización departamental por una organización orientada totalmente a procesos” (Oakland,1993). Y es que cada vez más, en la actualidad, las empresas que desean dar un servicio y un producto excelente a sus clientes, a la vez que mejoran sus resultados de negocio, adoptan un modelo de gestión por procesos.

Para el logro del éxito empresarial, los clientes deben estar dispuestos a pagar por el servicio o el producto que la empresa ofrece. Este deseo depende en buena medida de la percepción del cliente sobre el valor de lo que se le ofrece. La creación de valor para el cliente y por lo tanto lograr su satisfacción, es un factor crítico en la supervivencia de cualquier empresa. En este sentido, la instrumentación por procesos permite evaluar la satisfacción del cliente, lo cual es vital en la búsqueda continua de la excelencia en el negocio.

Un proceso se define; “como un conjunto de actividades interrelacionadas (puede afectar a una misma función organizativa de la empresa o extenderse a varias) entendibles, definibles, repetitivas y medibles, que trasladan un resultado útil hacia el cliente interno o externo. Son estas últimas características, junto con una orientación horizontal, sistemática y permanente orientada a los objetivos del cliente y del negocio, las que diferencian a un proceso de una secuencia de actividades operativas o funciones de una empresa” (Ruiz-Canela, 2004, p.326).

Hoy en día existen una gran cantidad de investigaciones relacionadas a evaluar la eficiencia de cada uno de los diferentes modelos de calidad, buscando mejoras de forma continua que acierten de manera más correcta en las estrategias que se deben de aplicar a fin de asegurar un producto y servicio acorde a las expectativas de los clientes y con beneficios hacia la misma empresa sin embargo, generalmente se deja de lado a quienes realizan el mantenimiento de estos procesos de calidad es decir, al factor humano, ya que son quienes ejecutan cualquier proceso de mejora y a través de ellos se realizan los cambios que se consideren adecuados para optimizar los resultados.

Es a través del personal de cada una de las organizaciones que se generan las modificaciones conductuales y sistemáticas para mejorar los índices de calidad y de satisfacción a los usuarios sin embargo este personal, que en la mayoría de los casos se les capacita para la implementación de estos procesos, no se toma en cuenta sus opiniones y sugerencias, generando un efecto conductual tales como descontento y frustración ante nuevas formas de hacer sus labores, es por esto, que la presente investigación tiene como intención resolver la pregunta; ¿Cómo es la instrumentación de procesos básicos de calidad y su implicación en el personal operativo de la organización automotriz?

Justificación.

Hoy en día, la excelencia es uno de los principios con los que cuenta la organización que pretende mejorar, sin embargo esta meta se debe lograr enfrentando la incertidumbre de las prácticas acostumbradas que dirijan el funcionamiento organizacional.

Hernandez, S.R., Fernandez C.C. y Baptista P.L. (2006) afirma que además de los objetivos y preguntas de investigación, es necesario justificar el estudio mediante la exposición de sus razones (el para qué y/o por qué del estudio) así, se considera como la principal línea de indagación en este estudio, conocer de qué manera la instrumentación de los procesos básicos de calidad afecta la percepción del individuo, abordándolo desde tres dimensiones; calidad, las características etnográficas del personal operativo de la empresa y los procesos básicos de la organización automotriz.

La relevancia de la investigación reside en los constantes cambios que están sufriendo las organizaciones y que las afectan, sobretodo en los rubros de mejoras y de avanzar en sus controles internos a fin de buscar mejores índices de calidad, satisfacción de sus clientes, sobretodo del percibir y actuar del personal operativo en la ejecución de los lineamientos de calidad en sus procesos básicos.

Analizando así su problemática, esta investigación es importante ya que a través de ésta se generará nuevos conocimientos respecto lo que está sucediendo con la administración del factor humano y los elementos para acrecentar su valor de pertenencia y desarrollo personal de forma integral, apropiándose de los principios de una estructura de calidad, que no solamente procure su aplicación en su vida laboral, sino que sea capaz de extrapolarla a su esquema de vida en todos sus campos en los que se mueva.

Por otra parte, resulta también relevante emprender este estudio en el contexto local, ya que se espera que los hallazgos den cuenta acerca de esta problemática con el fin de verla con más amplitud y así poder comprender las repercusiones en la instrumentación y seguimiento de los procesos básicos de calidad que se tienen en las empresas del giro automotriz, proporcionando elementos que nos lleven a identificar los principales elementos que intervienen en los procesos básicos de calidad efectuados

por el personal operativo en la organización. De este modo se considera a la empresa y empleados de manera integral para la investigación, pero igualmente independientes en su esencia para el presente estudio.

Objetivo general.

Analizar la instrumentación de procesos básicos de calidad y sus implicaciones en el personal operativo en la agencia automotriz.

Pregunta principal de investigación.

¿Como es la instrumentación de procesos básicos de calidad y sus implicaciones en el personal operativo en la agencia automotriz?

ENFOQUE TEÓRICO.

Para el desarrollo de la presente investigación se revisara a diversos autores que han profundizado en las líneas de investigación, estudiando las variables que se contemplan en este proyecto, desde los principios de calidad hasta los aspectos en donde se consideran los procesos básicos de las organizaciones y la importancia del recurso humanos en su instrumentación.

Actualmente el término calidad es utilizado en todos los campos de la vida humana, su trascendencia en las organizaciones ha sido vinculada a los acelerados cambios en la tecnologías de la información y la comunicación, la globalización, la evolución de los valores, normas y conductas en todas las organizaciones en el mundo, obligando a innovar en sus procesos, para adecuarse a las nuevas y siempre cambiantes exigencias del medio, cumplir con sus renovadas misiones y convertirse en organizaciones que aprenden de su propio desempeño; de esta forma la búsqueda constante de niveles superiores de calidad se ha convertido en un reto para las organizaciones, tanto para garantizar su supervivencia como para cumplir con las exigencias de la sociedad.

La Calidad: concepto y evolución.

La calidad se puede revisar desde diferentes enfoques, como un atributo de los productos de acuerdo a la percepción de los clientes y que satisface sus expectativas, o como un instrumento de administración de la organización. En ese sentido son innumerables las acepciones de calidad como atributo de los productos, en especial referidas a los manufacturados.

Para Juran (1990) la “calidad es la idoneidad de uso”, de acuerdo a esta definición antes de producir algo se deben estudiar las posibilidades de uso que hará el consumidor final y considerarlas en el diseño y elaboración del producto, contrayendo el compromiso de invertir en investigación y desarrollo de productos.

Evans y Lindsay (2008) señalan que a partir del año 2000, en la norma ISO 9000:2000 la definición aceptada de calidad, en forma general es: el grado en el que un conjunto de características inherentes satisface los requisitos.

El término calidad deriva de la palabra latina *quálitas*, que significa cualidad, manera de ser (Centeno, 2005); su significado en castellano es propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie (Diccionario de la Lengua Española, 2005).

En relación a la ejecución, ésta no se limita al aspecto humano; para este trabajo de investigación se revisará a profundidad diversos criterios como los señalados por Ivancevich, Lorenzi, Skinner y Crosby (1997, Parte V):

- *Proceso*. En este sentido la gestión es un proceso que comprende determinadas funciones y actividades laborales que los gestores deben llevar a cabo a fin de lograr los objetivos de la empresa.
- *Como disciplina*. Esta clasificación implica un cuerpo acumulado de conocimientos. Así pues, la gestión es una asignatura con principios, conceptos y teorías. Concretamente, en ella se estudia la gestión para entender esos principios, conceptos y teorías y para aprender cuál es el mejor modo de aplicarlos en el contexto empresarial.
- *Personas*. Dentro de esta perspectiva el término gestión hace referencia a la perspectiva de las personas, es decir, a la importancia de los empleados con los que el gestor trabaja y a los que dirige en el cumplimiento de los objetivos de la organización. En esta dimensión la expresión “las personas son la sangre que da la vida a la organización” ayuda a comprender el significado de la misma. En resumidas cuentas, lo que se enfatiza es que las personas son el punto básico de la organización ya que de ellas depende la efectividad, eficacia y eficiencia organizacional, dicho de otro modo, sin ellas no se podría hablar de una empresa rentable o del lanzamiento con éxito de un nuevo producto.
- *Como carrera*. El último concepto indica que las personas que quieran ejercer el rol de gestores deberán estudiar la disciplina como medio para poner en práctica el proceso de gestión.

En definitiva, la ejecución de la calidad debe ser entendida y comprendida como el proceso principiado por una o más personas para coordinar las actividades laborales de otros individuos con la finalidad de lograr resultados de alta calidad que cualquier otra persona, trabajando sola, no podría alcanzar. Es por todo ello por lo que los instrumentadores requieren un enfoque ético comprometido con la calidad. En este sentido, la calidad se concibe como una norma competitiva que los ejecutores han de aplicar de manera continua.

El Factor humano.

No debemos olvidar que son los empleados que comprenden como embona su trabajo en el esquema general implementado para ofrecer productos y servicios a los clientes, además las organizaciones tienen la capacidad para aprovechar el conocimiento y las habilidades de sus empleados. Después de todo, ellos son precisamente los mas capacitados para identificar con claridad los factores que podrían obstaculizar su desempeño y el de su equipo de trabajo (Summers, 2006; p.60).

Cuando un artesano crea un producto único para su cliente, es fácil saber si este último está satisfecho, gracias a la conexión directa que hay entre ambos. Sin embargo, los métodos modernos de manufactura y las complejidades de la amplia variedad de servicios de que disponemos en la actualidad, constituyen una limitante para que muchos empleados tengan contacto directo con el usuario final del producto o servicio que ofrece la organización. Es por ello que los empleados se ven imposibilitados para satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores finales del producto de su trabajo si no cuentan con el apoyo de todas las áreas de la organización.

La valiosa información del cliente debe estar disponible para los empleados en un formato que les sea útil, en términos de dejarles ver la correlación entre sus actividades cotidianas y la percepción de valor que tiene el cliente final acerca del producto o servicio que ellos generan. A fin de poder crear valor para el cliente, es preciso que los empleados sepan como se ven impactados la percepción de este, las utilidades de la compañía y en última instancia, el futuro de su trabajo, por el cumplimiento

de los requerimientos de calidad, costo y programación. Los empleados de todos los niveles deben involucrarse en las decisiones que afectan su fuente de trabajo. Si no se les permite juzgar la manera en que sus actividades impactan al cliente, serán incapaces de incrementar con efectividad la satisfacción del cliente y su percepción de valor.

Definición de empresa.

Empresa es la institución que realiza la combinación de factores con el fin de obtener productos y servicios en las mejores condiciones de racionalidad económica de forma que satisfaga las necesidades de los clientes de forma eficiente. (García Echevarría, 1994, pp.2-15).

Chiavenato (1994) nos dice que la empresa "es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos". Explicando este concepto, el autor menciona que la empresa "es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social"

Según Pallares y Romero (1990), la empresa se la puede considerar como "un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado".

Para Ribeiro (2002, pp.17-33), una empresa es "solo una conversación, un diálogo que existe y se perpetúa a través del lenguaje usado por quienes la componen", en ese sentido, según Ribeiro, si una empresa "cambia de localización, de producto o de personal sin cambiar de conversación, la misma empresa subsiste. La empresa solo cambiará cuando cambie su estructura conversacional. En síntesis con base en los conceptos anteriores, se puede plantear el siguiente concepto de empresa:

Rodríguez Valencia (2006, pp.46-78), menciona que existen diversos criterios para clasificar las empresas, en el caso de su actividad o giro menciona las siguientes:

- Empresas industriales: Su actividad básica es la producción o extracción de materias primas, estas se clasifican en:
 - a) Extractivas.
 - b) Manufactureras.
 - c) Agropecuarias.
- Empresas comerciales: Son intermediarios entre el productor y el consumidor, su función primordial es la compra-venta de productos terminados. Se pueden clasificar en:
 - a) Mayoristas.
 - b) Menudeo.
 - c) Minoristas o Detallistas y d) Comisionistas.
- Empresas de servicio: Son empresas en las que, con el esfuerzo humano, se produce un servicio para la mayor parte de la colectividad de determinada región, sin que el producto objeto del servicio tenga una naturaleza tangible. Se clasifican en:
 - a) Sin concesión.
 - b) Concesionadas por el estado
 - c) Concesionarias no financieras

METODOLOGÍA.

El desarrollo de este trabajo de investigación se efectuará en dos fases; la primera contempla la construcción del marco teórico a través de la revisión bibliográfica en libros, tesis, artículos y revistas, entre otros, que permita conocer el estado del arte acercándose a las diversas teorías existentes sobre el tema estudiado con el propósito de contar con el argumento teórico que permita explicar el fenómeno a investigar.

La segunda fase del estudio incluye el trabajo de campo, el cual se realizará a partir del paradigma cualitativo, definido como; "La investigación cualitativa es un proceso de investigación que obtiene datos del contexto en el cual los eventos ocurren, en un intento para describir estos sucesos, como un

medio para determinar los procesos en los cuales los eventos están incrustados y las perspectivas de los individuos participantes en los eventos, utilizando la inducción para derivar las posibles explicaciones basadas en los fenómenos observados.” (Gorman, G.E. & Clayton, P.1997: 23), iniciando con un estudio exploratorio, el cual; “Tienen por objeto esencial familiarizarnos con un tema desconocido, novedoso o escasamente estudiado. Son el punto de partida para estudios posteriores de mayor profundidad” (Ander-Egg, E. 1995, p.48), con el que se pretende identificar al sujeto de estudio y sus características particulares y posteriormente se realizará la recolección de datos a través de la aplicación de entrevistas semi-estructuradas, es cuando “el entrevistador lleva al entrevistado a abordar determinado número de temas ineludibles permitiéndole detenerse en aquellos que considere más importantes y más significativos” (Taylor,1987) a empleados y directivos de la empresa seleccionada para el estudio.

Método del caso.

Cuando en la investigación surgen preguntas de “cómo” o “por qué” se presentan ciertas circunstancias en el objeto de estudio que es pertinente considerar. El método de caso se utiliza sí el investigador tiene poco control sobre los sucesos, y sí el punto de atención se sitúa dentro del contexto de un fenómeno contemporáneo en la vida real.

Para Yin (1994, pp.11-39), el estudio de caso es una investigación empírica que investiga un fenómeno actual en su contexto real, cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son claramente evidentes y donde se utilizan múltiples fuentes de evidencia; Un estudio de caso es un método de aprendizaje acerca de una situación compleja; se basa en el entendimiento comprensivo de dicha situación el cual se obtiene a través de la descripción y análisis de la situación, la cual es tomada como un conjunto y dentro de su contexto, (Figura 1).

Cuando se quieren obtener “explicaciones causales” se utilizan estrategias, que son la manera de recolectar y analizar la evidencia empírica, siguiendo su propia lógica. Cada estrategia tiene sus propias ventajas y desventajas. La más apropiada es la pluralista; la estrategia puede ser utilizada para cualquiera de tres propósitos, exploratorio, descriptivo o explicativo. Sus características son:

- Descriptivos: descripción completa del objeto de estudio
- Exploratorios: situaciones sobre las que no existe marco teórico bien definido
- Explicativos: revelar las causas o el porqué de un determinado fenómeno.

Las tres condiciones consisten de: (a) la posición del tipo de la pregunta investigada, (b) la amplitud de control que el investigador tiene sobre el comportamiento de los eventos actuales, (c) el grado de enfoque en eventos contemporáneos opuestos a los históricos.

Figura 1. Comparativo de estrategias de investigación.

ESTRATEGIA	FORMA DE LA PREGUNTA INVESTIGADA	¿REQUIERE CONTROL SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LOS EVENTOS?	¿ENFOCADO EN EVENTOS CONTEMPORANES?
Experimento	Cómo, Por qué	Si	Si
Encuesta	Quién, Qué, Dónde, Cuanto, Cuántos.	No	Si
Análisis de archivos	Quién, Qué, Dónde, Cuanto, Cuántos.	No	Si/No
Historia	Cómo, Por qué	No	No
Estudio de caso	Cómo, Por qué	No	Si

Fuente; Yin, R.K. (2003, pp.11-39).

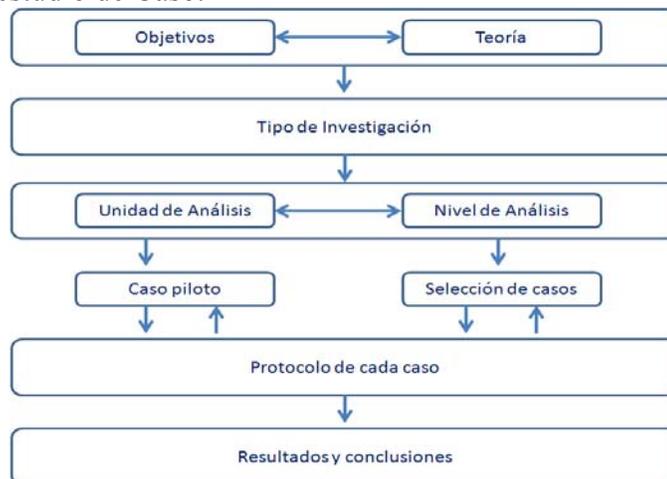
Los estudios de caso han sido vistos como la forma de investigación menos deseable debido a la falta de rigor del estudio de caso, también el estudio de caso ha sido descuidado y ha permitido evidencias equivocadas o enfoques prejuiciados para influenciar la dirección de lo encontrado y las conclusiones.

La estrategia de estudio de caso comienza con un diseño lógico, con cinco componentes importantes (Figura 1):

1. Preguntas de un estudio.
2. Sus proposiciones (propuestas).
3. Sus unidades de análisis.
4. La lógica ligando los datos a las proposiciones, y
5. El criterio para interpretar lo encontrado.

Por otra parte, como nos muestra Yin (2003), en la figura 2, los principales pasos para realizar un estudio de caso inician con un objetivo sustentado en las teorías que los sustentan, definir posteriormente el tipo de investigación que se realizará, orientado por el marco de referencia, definiendo posteriormente el grado de análisis y la unidad en la que se llevara a cabo el estudio, realizando el acopio de información y su revisión, a fin de estar en condiciones de generar un primer protocolo del caso, presentando así las condiciones básicas para llegar a una explicación de resultados y sus conclusiones.

Figura 2. Pasos para el estudio de Caso.

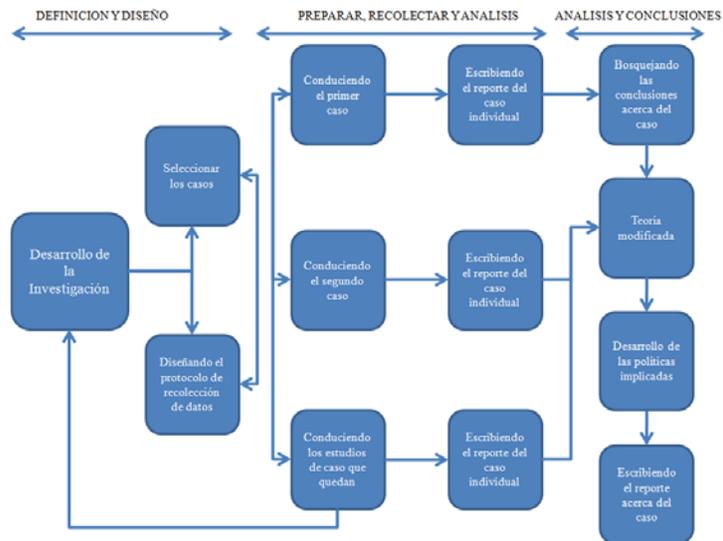


Fuente; Yin, R.K. (2003, pp.11-39).

El siguiente paso fue ubicar una teoría, el desarrollo de ésta como parte de la fase del diseño es esencial, ya que la teoría es usada como una plantilla con la cual se comparan los resultados empíricos del estudio de caso. El estudio de casos múltiples se selecciona cuando se desea conocer de qué manera el contexto del fenómeno estudiado afecta los resultados en diversas organizaciones. Casos múltiples, como múltiples experimentos, representan replicas que permiten enriquecer el desarrollo de una estructura teórica. Entonces, el diseño de casos múltiples podría ser usado tanto para predecir los resultados de las distintas replicas, como para mostrar los contrastes de los resultados entre ella. (Ellram, 1996).

En la figura 3 se observan las etapas en un estudio de casos múltiples, en donde se reflejan la simetría en la evolución y análisis de cada uno de las situaciones o fenómenos que se vayan a analizar en igualdad de condiciones, a fin de tener los elementos de comparación al concluir el seguimiento en cada uno.

Figura 3. Etapas de Estudios de Casos Múltiples



Fuente; Yin, R.K. (2003, pp.11-39).

Se realizará el estudio en dos concesionarias del giro automotriz para el análisis en profundidad de las implicaciones de la instrumentación de los procesos básicos de la calidad en concesionaria de la marca Volkswagen en la ciudad de Culiacán, estado de Sinaloa, México.

RESULTADOS ESPERADOS.

Como resultado del análisis de las variables estudiadas se pretende obtener elementos consistentes que nos ayuden a identificar las características mas relevantes de influencia que se presentan en el personal operativo al instrumentar un sistema de calidad en sus procesos básicos, y analizar como estos impactan en la prestación de servicios hacia los clientes.

Se contempla que con los hallazgos de la investigación se contará con elementos que permitan el desarrollo de una propuesta de ajuste y de ser el caso en la forma en que se instrumentan los procesos básicos de calidad en los niveles operativos, ya que es ahí en donde se genera su ejecución, de acuerdo a los lineamientos establecidos por los mandos medios y directivos, son a esos niveles básicos en donde se da la interpretación de las instrucciones recibidas y se procede de acuerdo a su comprensión.

El proyecto desea mostrar los efectos de la instrumentación de procesos básicos de calidad en los niveles operativos de las organizaciones automotrices con el fin de proporcionar los conocimientos que permitan transitar hacia la formulación de modelos y políticas que atiendan las necesidades del personal que ejecuta los lineamientos y criterios de calidad, a fin de propiciar decisiones y acciones conforme a las instituciones a las que van dirigidas. Se contempla que el proyecto realizará una contribución adicional al formular con rigor una metodología sistemática de análisis que podrá utilizarse para realizar estudios de caso en otras entidades del país donde se localizan agencias automotrices, que permita apreciar los cambios a lo largo del tiempo o para realizar análisis comparativo a nivel regional o nacional.

BIBLIOGRAFIA.

- Ander-Egg, E. (1995). *Técnicas de investigación social* (2da. ed.). Buenos Aires, Argentina: Lumen.
- Berry, L. L., Zeithaml, V. A., & Parasuraman, A. (1985). *Quality counts in services, Too.* (Vol. 28). Texas, U.S.A.: Business horizons.
- Bohlander, G., Sherman, A., & Snell, S. (2002). *Administración de recursos humanos.* Madrid, España: Thompson.
- Brown G., F. (1998). *La industria de autopartes mexicana: restructuración reciente y perspectivas.* (UNAM, Ed.) D.F., México: Centro internacional de investigaciones para el desarrollo.
- Centeno GIL, E. A. (17 de Enero de 2010). Metodologías estadísticas en el contexto del ciclo DMAMC de seis sigma para la mejora de la calidad en los procesos de servicio. Capítulo 2 definición operacional de la calidad en los servicios. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lat/centeno_g_ea/capitulo2.pdf. (U. d. Américas., Ed.) Puebla, Puebla, México.
- Chiavenato, I. (2002). *Gestión del talento humano.* Santa Fe de Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (1994). *Iniciación a la organización y técnica comercial.* D.F., México: McGraw-Hill.
- Crosby, P. B. (1979). *Quality is free: The art of making quality certain.* New York, U.S.A.: American Library.
- De Zuani, E. R. (2005). *Introducción a la administración de organizaciones.* Buenos Aires, Argentina: Valleta Ediciones SRL.
- Ellram, L. M. (1996). The use of the case study method in logistics research. (<https://wiki.state.ma.us/confluence/download/attachments/52494646/Case+Study+Method.pdf>, Ed.) *Journal of Business Logistics* , 17 (2).
- Evans, J. R., & Lindsay, W. M. (2008). *Administración y control de la calidad* (7a. ed.). D.F., México: CENCAGE Learning.
- Feigenbaum, A. V. (1991). *Quality control: Principles, practice and administration.* (40a. ed.). New York, U.S.A.: McGraw-Hill.
- Fontalvo, T. J. (2004). *Herramientas efectivas para el diseño e implantación de un sistema de calidad ISO 9000-2000.* Santa Fé de Bogotá, Colombia: Asesores del 2000.
- Garcia Echevarria, S. (1994). *Introducción a la economía de la empresa.* (1ra. ed.). Madrid, España: Ediciones Días de Santos.
- Gonzalez, C. (17 de Febrero de 2010). Conceptos generales de calidad total. <http://www-monografias.com/trabajos11/conge.shtm>. *Electronic Versión* . D.F., México.
- Gorman, G. E., & Clayton, P. (2005). *Qualitative research for the information professional.* (A. handbook, Ed.) Londres: Inglaterra.
- Hernandez, S. R., Fernandez, C. C., & Baptista, L. P. (2006). *Metodología de la investigación.* D.F., México: McGraw-Hill.
- Ivancevich, J., Lorenzi, P., Skinner, S., & Crosby, P. (1997). *Gestión, calidad y competitividad.* Madrid, España: Level.
- Julià, M., Porsche, F., Gimenes, V., & Verge, X. (2002). *Gestión de calidad aplicada a hostelería y restauración.* Madrid, España: Prentice Hall.
- Marimon I., V. F. (3 de Noviembre de 2010). La consultoría especializada en ISO 9000 en Cataluña: calidad del servicio y beneficios. *Tesis en opción a Grado de Doctor* . Sant Martí de Tous, España: Universidad de Girona.

- Miranda González, F. J., & Chamorro Mera, A. (2007). *Hacer empresa, un reto*. (1ra. ed., Vol. Capítulo 1). Madrid, España: Delta Publicaciones Universitarias, S.L.
- Oakland, J. S. (1993). *Total quality management the route to improving performance*. Oxford, U.S.A.: Butterworth-Heinemann.
- Pallares Villegas, Z., & Romero Buj, D. (2005). *Hacer empresa, un reto*. (4ta. ed.). Bogota, Colombia: Fondo Editorial Nueva Empresa.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for turher research. (<http://es.scribd.com/doc/3009292/A-Conceptual-Model-of-Service-Quality-and-its-Implication-for-Future-Research>, Ed.) *Journal of Marketing* , 49, 41-50.
- Reeves, C. A., & Bednar, D. A. (2002). Defining quality alternatives and implications. *Academy of Management Revier* , 19 (3), 419-445.
- Reyes Ponce, A. (1982). *Administración de empresas; teoría y práctica*. D.F., México: Limusa.
- Rodriguez Valencia, J. (2006). *Administración I*. (1ra. ed.). D.F., México: Cengage Learning Editores.
- Rodriguez, M. A. (2010). *Métodos de investigación; diseño de proyectos y desarrollo de tesis de ciencias administrativas, organizacionales y sociales*. Culiacán de Rosales, Sinaloa, México: Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Royero, J. (3 de Noviembre de 2009). Contexto mundial sobre la evaluación en las instituciones de educación superior. (<http://www.unmsm.edu.pe/occaa/articulos/contexto.pdf>, Ed.) *Revista Iberoamericana de Educación* .
- Ruiz-Canela, J. (2004). *La gestión por calidad total en la empresa moderna*. Madrid, España: Ra-Ma.
- Summers, D. (2006). *Administración de la calidad*, México, Editorial Pearson Educación.
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (2006). *Introducción a los metodos cualitativos de investigación; la búsqueda de significados*. D.F., México: Paidos.
- Yin, R. K. (2003). *Case study research. Design and methods* (3ra. ed., Vol. 5). Oak, California, U.S.A.: Aage Publications.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing* , 60, 31-46.

LAS PYMES Y LAS COMPETENCIAS LABORALES

Esperanza Coterá Regalado peracotera@hotmail.com

Universidad Autónoma del Estado de México. Centro Universitario UAEM. Valle de Chalco

Luis Arturo Ocampo Carapia. laocampo@sacsa.net

Universidad Autónoma del Estado de México. Centro Universitario UAEM. Valle de Chalco

Miguel Zavala López zavalop@hotmail.com

Universidad Autónoma del Estado de México. Preparatoria “Sor Juana Inés de la Cruz” Amecameca

Resumen:

Las pequeñas y medianas empresas (PyMes) aportan innumerables beneficios a la economía de nuestro país, pues participan aportando un alto índice de producción de bienes y servicios, además de ofrecer empleo a la Población Económicamente Activa (PEA). Sin embargo las condiciones imperantes dentro de este tipo de empresas, están lejos de lo que marca el entorno competitivo empresarial actual, debido a que presentan diversos tipos de problemáticas que van desde los deficientes flujos de efectivo a través de las ventas hasta la inapropiada estructura jerárquica aunado a la exigencia por parte de los clientes por más y mejores productos. Una estrategia para poder ser competitivas es a través de fortalecer la formación del capital humano mediante la integración de las competencias laborales, mismas que pueden certificarse en México por medio del Consejo Nacional de Normalización y Certificación, CONOCER.

Palabras clave: PyMes, Competencias laborales, Competitividad, Certificación, Productividad.

Abstract:

Small and medium-sized enterprises (SMEs) provide countless benefits to the economy of our country, because they participate contributing to a high rate of production of goods and services, as well as providing employment to the economically active population (PEA). However, conditions in such companies are far it that marks the current competitive business environment, because that present various types of problems ranging from poor cash flows through sales to the improper hierarchical structure in addition to customer demand for more and better products. A strategy for the power being competitive is trough strengthening the training of human capital though the integration of the work, same powers who can certify in México though the National Council of standardization and certification, CONOCER.

Key Works: SMEs, Jobs Skills, Competitiveness, Certification, Productivity.

ANTECEDENTES

Se puede decir que la empresa es una organización dedicada a algunas actividades que intentan obtener fines económicos o comerciales. Se pueden encontrar una variedad de definiciones del término aunque a pesar de su aparente simplicidad el concepto es complejo. Así, se puede considerar que esas diferencias enfatizan diversos aspectos. A continuación se ofrecen algunas definiciones:

Para García E. S. (1994) bajo la interpretación económica dice que puede definirse como: La combinación de factores en la que se realiza la asignación de recursos, cuyo éxito depende de la

capacidad directiva, lo que significa la utilización de los elementos claves del sistema de factores dispositivos: dirección de los hombres, calculo anticipativo o planificación empresarial (p. 139).

García J. y Casanueva C. R. (2006), autores del libro, “Prácticas y Gestión Empresarial” define a la empresa como: “Una entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporcionan bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados” (p. 3).

Según Gill E. M. de los A. y Giner de la F. F: (2007) desde el punto de vista instrumental menciona que:

Se puede considerar que desde este punto de vista que la empresa es un instrumento para los individuos mediante el cual, los objetivos individuales y los colectivos de todas las personas que participan en ella se ven representadas dentro de los objetivos empresariales (p.29).

Considerando los conceptos anteriores se puede decir que la empresa es un ente económico donde se combina el factor humano y el capital de trabajo para lograr los objetivos generales y poder generar recursos, tomando como herramienta el proceso administrativo para un mejor control de la misma.

INTRODUCCIÓN

Las pequeñas y medianas empresas (PyMes) son objeto de numerosas investigaciones y análisis tanto en países industrializados como en desarrollo. Sin embargo, a pesar de conocer su importancia en el ámbito económico y laboral, es poco frecuente que se planteen estrategias que les ayuden a superar sus limitaciones, a partir del conocimiento de sus características y de la propuesta concreta de alternativas para superarlas. La creciente importancia de las PyMes en el crecimiento económico de las naciones se debe, en gran medida al empleo que generan en un contexto donde conviven dos situaciones: por un lado, una creciente demanda de empleo por parte de los jóvenes que cada año se integran a la población económicamente activa (PEA) y, por el otro, la imposibilidad del sector moderno de la economía de absorber esa creciente demanda. Todo ello en un escenario donde la innovación y la mayor calificación laboral son variables clave para mantener la competitividad de las empresas (Zevallos, 2011).

En la actualidad se vive un difícil proceso de globalización de la economía, de las tecnologías, mediante una relación dinámica y creativa entre lo local y lo global. Las empresas locales adquieren el reto de crear herramientas competitivas que le den a sus productos el valor y la competitividad de acuerdo a los requerimientos globales.

Según Pérez y Pérez (2009) la competitividad de un país se puede definir como:

La capacidad de diseñar, producir y comercializar bienes y servicios mejores o más baratos en relación con la competencia internacional. La competitividad de una industria está en función de las empresas que operan en ella. Una industria será competitiva solo si las empresas que la forman son competitivas. Y al mismo tiempo las empresas incrementarán su competitividad si se incrementa el ambiente competitivo de la industria. La visión de competitividad autentica se relaciona con la creación de ventajas competitivas dinámicas a través de procesos de aprendizaje y fortalecimiento de los sistemas de innovación (p.166).

Trabajos recientes sobre la economía mexicana han señalado que el aparato productivo está sufriendo un deterioro competitivo, incluyendo una disminución en la atracción de inversión extranjera directa (IED), reducción en el crecimiento de las exportaciones, menor participación en el mercado estadounidense, además de que éste ha quedado rezagado en la competitividad de costos frente a China (p.167).

Para Sánchez B. G. (2009) Competitividad es una de las capacidades que tiene una empresa para penetrar, consolidar o ampliar su participación en un mercado. Esta capacidad se expresa en la habilidad, la acción administrativa, el aprovechamiento oportuno de la capacidad instalada, manejo adecuado de sus recursos financieros, humanos y materiales, entre otros, pero sobre todo en la percepción de las señales del mercado, que al ser instrumentadas oportunamente le permiten a la empresa por un lado, identificar las necesidades de los consumidores y, por otro, redimensionar su escala de producción u oferta de servicios, así como rediseñar estrategias de mercados que le permitan posicionarse en el mercado a través de nuevas fuerzas de venta, aumentar o disminuir sus puntos de ventas, cambiar la composición del producto o servicio, redimensionar su volumen y presentación en formas y tamaños diferentes, al igual que, en el caso de los productos, reevaluar los canales de distribución, la naturaleza de los materiales a usar (metálicos, plástico, madera, etcétera), así como la política de ventas: al mayoreo o al menudeo, con la consecuente campaña de ofertas y descuentos especiales en períodos estacionales o de manera permanente (p.25).

Para iniciar su propio negocio e incrementar la competitividad de las MiPyMEs Sánchez (2009) recomienda a nivel de empresa:

- 1). La persona debe autoevaluarse para determinar si tiene el perfil que la conduzca al éxito.
- 2). Si es el caso, enseguida identificar de manera organizada, con método, la idea sobre el tipo de negocio que emprenderá.
- 3). Cuando se es empleado la idea generalmente surge en la oficina o taller en que trabaja; en otra situación, la idea se gesta en el círculo de amistades, en la familia o en la pequeña investigación de mercados que se realice.
- 4). Enseguida se debe de elaborar un “plan de negocios” para que la persona conozca la viabilidad de su idea, ya que su plan debe describir la idea del negocio, la forma en que se desarrollará y la utilidad que proporcionará. Es aconsejable que la SE, establezca oficinas como lo hacen la Secretaría de Educación Pública (SEP) y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), para orientar sobre cómo se formula el plan de negocios y para difundir en puntos estratégicos del país las señales del mercado.
- 5). Seguir los pasos descritos en el plan y abrir su negocio.

Pero ¿cuál es el nivel de competitividad de la empresa mexicana?

De acuerdo con el Reporte de Competitividad Global 2010-2011 entre los países que están mejor situados que México se encuentran los asiáticos, como Vietnam (59); Azerbaiyán (57) y Omán (34); los africanos Sudáfrica (54), Mauricio (55); y Túnez (32), o los americanos como Costa Rica (56), Puerto Rico (41) y Barbados (43). Todos ellos tienen una menor participación para el desarrollo mundial que la economía mexicana.

Los lastres de la competitividad mexicana, según los expertos del Foro, siguen siendo la ineficiencia de un gobierno burocrático, la corrupción, el difícil acceso al financiamiento, el crimen, la violencia y las regulaciones restrictivas a la iniciativa privada.

La agenda pendiente de México de acuerdo con Arturo Franco, director de Comunidad Latinoamericana del Foro Económico Mundial (WEF), el país tiene una agenda importante de cambios estructurales que le permitirán ser una de las 10 economías más grandes del planeta antes del año 2050, mencionando que México tiene una agenda importante para flexibilizar mercados como el laboral; tiene que trabajar por más calidad educativa y atacar el problema de seguridad y Estado de Derecho para ser más competitivo.

En los cuatro años de la administración de Felipe Calderón, México ha perdido 14 sitios en el tablero de la competitividad que mide el WEF, de acuerdo con el índice del 2007-2008, en un comparativo de 132 países, México se ubicó en el sitio 52 para ir sistemáticamente cediendo terreno a países que avanzaron más rápido, tal como lo explica Arturo Franco: México lleva dos décadas de importantes reformas que le han dado más responsabilidad fiscal y apertura de mercados; sin embargo, no ha crecido tan rápido y otros países han avanzado con mayor dinamismo en su agenda estructural en favor del desarrollo empresarial, refirió el directivo del WEF (Foro económico mundial 2010).

Objetivo: Analizar las características de las Pymes mexicanas y el nivel de escolaridad de sus colaboradores, para determinar la viabilidad de utilizar Estándares de Competencia promovidos por el Consejo Nacional de Normalización y Certificación-CONOCER, como una alternativa viable para capacitar a sus trabajadores y contribuir al desarrollo de su personal y de la propia empresa.

DESARROLLO

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Micro negocios ENAMIN (2008), algunas de las características más representativas de estos negocios son:

- Más del 60% de los negocios están integrados por el dueño y un trabajador.
- Poco más del 22%, lo están por dos trabajadores más el dueño.
- El rango de antigüedad con mayor incidencia corresponde a los negocios que tienen de 6 a 10 años, con poco más del 21%.
- Sólo el 19.26% acude con un Contador para el registro de sus operaciones mercantiles. El resto usa libretas o no lleva ningún registro.
- Destinan sólo el 1.53% de su gasto a la reposición de activos.
- Los sectores en donde hay mayor incidencia de este tipo de negocios son:
 - Comercio, con el 39.78%, y
 - Servicios con el 33.10%
- En cuanto a sus principales proveedores:
 - El 36.19% se abastece de comercios grandes, y
 - El 26.60% se abastece de comercios pequeños.
- En cuanto al tipo de clientes, casi el 80% vende al público consumidor, esto es, al usuario final.
- En cuanto a la forma de determinar los precios de venta:
 - El 31.25% lo hace con base a los precios de la competencia,
 - El 20.02% lo hace a partir de los precios oficiales o fijados por el proveedor
 - El 24.53% lo hace agregando un porcentaje al costo de adquisición
 -

- De las principales problemáticas presentadas, destacan:
 - Baja de las ventas, con el 27.80%
 - Competencia excesiva, con el 18%, y
 - Aumento en los costos de adquisición, con el 10.43%
- El rango de escolaridad de los dueños correspondiente a nivel medio o superior es de sólo el 22.24%
- En cuanto a la escolaridad de los trabajadores, el rango correspondiente al nivel medio o superior es del 27.55%

El Instituto Mexicano para la Competitividad IMCO (2011), afirma en su documento “Índice de Competitividad Internacional 2011”, la siguiente definición de competitividad:

“Todas las naciones de alta competitividad cuentan con una gran proporción de individuos altamente educados y talentosos. A nivel global las empresas compiten por el talento, puesto que les permite aumentar su productividad y su capacidad innovadora. Por lo tanto y a pesar de la innegable importancia de las instituciones y otros factores, el capital humano en el largo plazo es el elemento central de la competitividad de cualquier país”.

A partir de esta definición e independientemente de que es impostergable e inevitable realizar serios esfuerzos por subsanar las indiscutibles fallas estructurales que presenta el sector, tales como falta u obsolescencia de infraestructura tecnológica, estructuras de organización y comunicación de tipo familiar e informal, se propone como un primer paso el fortalecimiento del Capital Humano de las Pymes.

De acuerdo con datos de Contacto Pyme (2011), la trascendencia de las Pymes en México es de gran importancia, ya que representan más del 98% de las empresas del país y le dan trabajo a más del 45% de la población económicamente activa. Sí bien no se deja de insistir en la importancia de la pequeñas y medianas empresas, es bien cierto que es necesario aplicar estrategias para integrar los principales elementos de la competitividad; asimismo se puede señalar que uno de esos elementos es contar con el capital humano suficiente y competente, que ofrezca la suma de sus competencias del campo laboral a través de la integración de conocimientos, actitudes y aptitudes, fortaleciendo a este tipo de organismos sociales por medio del aseguramiento de la permanencia en el mercado. En general en nuestro país, las PYMES no tienen muy claro que es una competencia laboral y menos aún definir cuál es el valor que aportan sus trabajadores a la empresa; aspecto necesario para entrar a nuevos mercados y mantenerse en ellos y mucho menos valorar los beneficios que se obtendrían si se procede a un procesos de certificación. Es este sentido debe primeramente informarse y divulgárselos aportes de la competencia laboral, para destacar los beneficios que obtendrá al capacitar y contratar a recursos humanos que tengan ciertas características ¿Pero que es la competencia laboral?

El concepto de competencias es amplio y complejo dependiendo desde que campo disciplinario donde se aborde. En el caso de México se han desarrollado en dos vertientes: la educativa y la laboral, debe señalarse sin embargo que estas no se contraponen, contrario se complementan; en el caso de la educación se considera un punto de referencia las necesidades sociales (mercado laboral) y la formación recibida por la institución de educación superior (IES). En este punto el informe

Tuning ¹⁵⁹ que establece como parte de sus ejes de investigación para la educación en América Latina las competencias desarrolladas en la IES según este informe considera a la competencia como una red amplia que hace énfasis a la formación del individuo, haciendo énfasis en el aprendizaje significativo; así como en sus diferentes áreas cognitiva (saber) psicomotora (saber hacer habilidades) afectiva (saber ser, actitudes y valores), sin embargo como se puede notar las competencias no circunscriben al ámbito laboral si no es un aspecto mucho más vasto a partir de esto la educación ha pasado por una renovación trascendente. Por lo tanto estas cualidades en el individuo son susceptibles de ser desarrolladas a partir de los estímulos externos pero de la misma manera de la propia motivación que de manera interna genera el profesional en formación. A pesar de haber planteado una definición de competencia se hace necesario mencionar algunas otras.

- La competencia es la capacidad de una persona de realizar una tarea de manera eficiente, esta se genera de manera interna y se manifiesta a través de el comportamiento de la persona, se compone de hábitos, comportamientos, habilidades y actitudes relacionados con demostrar el dominio de determinada área, implica *saber ser* (conciencia) está relacionado con el *querer hacer* (voluntad) y *cómo hacerlo* (capacidad). (Azpetia.Compliladora.2006:130)
- Planear la vida con base en un proyecto personal para alcanzar la plena autorrealización, teniendo como referencia un diagnostico de necesidades vitales y valores. (Tobón, 2006:6).
- El conjunto de comportamientos socio-afectivos, psicológicos, sensoriales y motores que permiten llevar a cabo adecuadamente, un desempeño, una función, una actividad o una tarea. (UNESCO, 1999).

Las definiciones anteriormente expuestas nos sitúan dentro de conceptos amplios e integradores de varios aspectos relacionados con las cualidades del individuo, sin embargo cabe resaltar que los conceptos vertidos con anterioridad no son los únicos y varían dependiendo el campo de estudio y los antecedentes históricos a los que se vinculan.

El documento “*los cuatro pilares de la educación*” publicado en 1996 de la UNESCO señala que la educación y por lo tanto las Universidades debe basar su desarrollo en cuatro pilares básicos que le darán a la persona los elementos indispensables para transcurrir por la vida, estos se integran del pilar del conocimiento *aprender a conocer* generando la comprensión para interpretar su entorno *aprender a hacer* para transformar ambiente *aprender a vivir juntos* para colaborar y trabajar en conjunto y por último saber ser este es de vital importancia pues concreta las tres anteriores conjuntando estas las habilidades para obtener los mejores resultados.

159

Según este mismo informe el proyecto Tuning es considerando por su origen lingüístico derivado del “verbo «to tune» significa afinar, acordar, templar y se refiere a instrumentos musicales. También significa prepararse, ejercitarse, poner sea punto. En el proyecto se usa Tuning, en gerundio, para dejar claro que es algo que está en proceso y que siempre lo estará, puesto que la educación debe estar en diálogo con las necesidades sociales y éste es un proceso abierto y dinámico. «El término Tuning expresa muy bien la disposición de ir con otros... los músicos han sido siempre personas de equipo, cada uno de ellos contribuyendo a una tarea común. Su producto común es una pieza de arte. ¿Será el Espacio Europeo de Educación Superior de calidad comparable? Podemos ver que un sistema de educación superior que consiga hacer el Tuning de una variedad tan amplia de cursos y tradiciones diferentes será un nuevo logro cultural en sí mismo” este proyecto iniciado en la comunidad europea tuvo como objetivo principal la creación de un espacio dentro del ámbito educativo, que a través de las distintas universidades buscaran consensos, para llegar a puntos de referencia comunes con respecto a estrategias de aprendizaje, competencias y habilidades que no establecerán una normatividad sino puntos de inflexión o referencia de unificar los criterios en el ámbito educativo tuvo su réplica en América Latina enlazando así un proyecto mundial(se considero que el área de América Latina conformada por varios países compartían características y problemáticas comunes (Tuning,2007:33-36)

La integración de las competencias

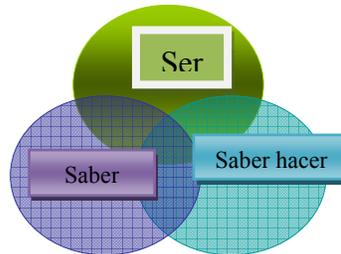


Figura 1.1 Fuente: OCDE, 2001

Aprender a conocer

Este aspecto es el conocimiento de forma fundamental con la finalidad de discernir cómo funcionan los diferentes campos del conocimiento en la sociedad humana, así como poder manipular clasificar e interpretar la gran cantidad de información disponible en la actualidad, esto permitirá convertir al conocimiento en un conocimiento útil. Al incorporar esta habilidad los sujetos pueden desarrollar una visión más crítica hacia su entorno identificando los aspectos relevantes de la sociedad y de esta manera contribuir con ello al progreso del país. En donde los sujetos formados puedan ejercer un conocimiento orientado a ejercitar memoria, atención y pensamiento enlazando el pensamiento básico a conocimientos más complejos, lo importante de esto es resaltar que el conocimiento se enlaza con el área laboral convirtiéndose en una formación continua que le permitirá aprender para la vida. (Delors. 1996: 92-94)

Aprender a hacer

Tradicionalmente conocer y hacer son conceptos disociados debido a que este término es relacionado al área de la formación profesional y por lo tanto al campo laboral, el punto es que el mercado laboral es poco predecible en su evolución y comportamiento. Se hace necesario establecer las características de la economía industrial, en que se generaliza el trabajo asalariado retribuido a través de un salario lo que resalta la sustitución del trabajo humano por las maquina, y distingue la importancia del trabajo orientado al cumplimiento de las tareas, como lo que da una visión reduccionista del desempeño laboral en cierta medida lo desmaterializa.

Aprender a vivir.

Reflexionando sobre este aspecto constituye uno de los principales objetivos humanos, al recapitular sobre la historia del hombre, se nota que está plagada de eventos violentos, conflictos, batallas y guerras que solo han dado consecuencias infortunadas a la sociedad en general. Contradiendo los más nobles deseos de humanidad por desarrollarse dentro de un ámbito estable y propicio para nulificar de los espacios de convivencia personales y sociales los actos violentos que lastiman y generan víctimas, es vitalicio trasforma la visión actual para generar un nuevo paradigma que permita individuos interesados en el contacto y el servicio de la sociedad que permita una vida tranquila y plena.

Pedroza (2007) establece que existen diferentes campos que conceptualizan a la competencia considerando una compilación de cualidades que la integran pasando por el campo económico, filosófico, psicológico, sociológico y pedagógico, coincidiendo los distintos campos que se puede identificar como la cualidad que posee un individuo pudiendo ser innata o adquirida entre las cualidades más relevantes se encuentran:

- Logro de la tarea.
- Desempeño efectivo.
- Potencialidad del sujeto
- Capacidades necesarias para el logro de un objetivo
- Habilidades esenciales para el logro de una buena vida y una buena sociedad.
- Prerrequisito para la acción eficaz.
- Saberes combinados para la acción

Como se observa todas las cualidades de la competencia son extensas y heterogéneas dependiendo del campo desde el cual se aborde.

Aprender a ser.

En este sentido se considera que el individuo pueda visualizarse como un ser único orientado a lo universal; una persona que es el por sí mismo, autónomo, responsable y comprometido con su formación profesional y con el desarrollo de la sociedad.

Además que implica desarrollar los principios de solidaridad, dignidad y trascendencia, a través de los cuales la persona adopta responsabilidades individuales consigo misma y la sociedad a la cual pertenece.

Características de las competencias.

CARACTERISTICA	DESCRIPCION
Su carácter integrador	Los elementos que integran a la competencia varían de un término a otro pero en general el ser competente precisa emplear conocimientos o saberes teóricos y actitudes que permite cumplir con una tarea dada.
Transferibles y multifuncionales	Son transferibles porque son aplicables a múltiples situaciones y contextos tanto académicos como sociales y personales. Son multifuncionales porque son utilizadas para conseguir diferentes tipos de objetivos, que resuelven problemáticas distintas.
Carácter dinámico e ilimitado	En este aspecto tiene carácter dinámico debido a que las personas cuentan con un potencial que responde de diferente manera he aquí la parte dinámica. Se entiende entonces que tanto mejor responda la persona a la resolución de los problemas más capaz será, es este punto queda establecido el aspecto ilimitado de la capacidad del individuo.

Evaluable	Las competencias suponen capacidades estas se manifiestan en acciones y actitudes del individuo en una determinada problemática en un cierto contexto. la capacidad no se evalúa pero la competencia si pues es verificable y evaluable. Una persona carente de capacidades no es capaz, sin embargo será competente en la medida que desarrolle sus capacidades y por lo tanto sus competencias.
------------------	---

Cuadro 1.1. Fuente: elaboración propia con base en (Roegiers, 2003 y 2004 citado en Garagorri 2007:49-50).

Como se puede observar las competencias integran características propias para el desarrollo de la capacidad de los individuos, lo que les facilitara después de su formación tener un buen desempeño laboral.

En cuanto al ámbito laboral la competencia proviene de una corriente de pensamiento social contemporáneo que proviene en el énfasis de la vinculación del sistema educativo y el productivo para lograr afinidad entre la capacitación de la mano de obra y las necesidades de las empresas (Mertens, 1996)

El sistema inicio en Inglaterra en la década de los ochentas; después se implemento en otros países como Francia, Alemania y Estados Unidos entre otros. Al adoptar el sistema se esperaba que la competitividad de la mano de obra mejorara; sin embargo, los estudios realizados no han sido suficientes para saber si se han alcanzado los objetivos (Kellie, 1999).

Definir el concepto de competencia es un proceso elaborado porque es un constructo que se deduce del desempeño de los individuos y deriva del dominio de conocimiento, valores, destrezas y actitudes necesarias para la realización de un trabajo efectivo (*Ibid.*)

Los supuestos del modelo de evaluación basada en competencias señalan que: a) es posible establecer normas de competencia laboral públicas, b) un gran número de aprendices puede alcanzarlas c) las normas pueden reflejar diferentes desempeños, d) los evaluadores pueden internalizar las normas y e) los evaluadores pueden juzgar diferentes desempeños de manera sistemática (Taylor, 1994). Si bien se han realizado diversos estudios para analizar los resultados del sistema y los problemas de evaluación, se ha puesto poca atención al proceso de evaluación en sí.

En México el sistema de competencias laborales se ha desarrollado un complejo proceso de certificación de de competencias laborales en las dependencias del gobierno federal, estableciendo diversos factores que inciden en la actividad de la certificación, generando normas específicas que se relacionan con la certificación de las competencias laborales con el sistema de administración del capital humano.

El organismo promotor de las competencias laborales en México es el Consejo Nacional de Normalización y Certificación, CONOCER, que es una entidad paraestatal, sectorizada en la Secretaría de Educación Pública, con un órgano de gobierno con participación tripartita.

La promoción de las competencias la realiza a través del Sistema Nacional de Competencias, SNC (2011), que es es el Sistema Normalizado de Competencia Laboral y Sistema de Certificación de Competencia Laboral.

Los propósitos del SNC son:

- I. Contribuir a elevar el nivel de productividad y competitividad de la economía nacional, mediante la promoción e implantación del modelo de gestión por competencias en los sectores productivo, social y público del país.
- II. Promover el fortalecimiento de la calidad de la fuerza laboral y empresarial del país a través de la formación para el trabajo con base en competencias. Y con ello, contribuir a mejorar la empleabilidad de los trabajadores y la productividad de las empresas.
- III. Fomentar la mejora continua en la gestión de las organizaciones, a través del modelo de gestión por competencias.
- IV. Otorgar un reconocimiento oficial a las competencias que posee una persona, independientemente de la forma como las haya adquirido.
- V. Promover la movilidad y empleabilidad dentro del mercado laboral, de personas con competencias certificadas.
- VI. Cooperar a la vinculación sistemática de los sectores productivo, social y público del país con la comunidad educativa nacional, a través del modelo de gestión por competencias.
- VII. Generar información para los sectores de los trabajadores, empresarial, social, académico y público sobre el estado del modelo de gestión por competencias a nivel nacional.
- VIII. Producir información para todos los participantes del mercado laboral, sobre la oferta de personas con competencias laborales certificadas.

Asimismo, el SNC define a las competencias como “Conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes individuales que hacen competente a una persona para desarrollar una actividad con los requerimientos de calidad expresados por un sector determinado.”

Son los conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes individuales, son las competencias de las personas. Es decir aquello que las hace competentes, para desarrollar una actividad en su vida laboral. Las competencias de las personas, representan lo que han aprendido a lo largo de su vida, con base en la formación y educación en el trabajo, o a través de la experiencia personal.

A su vez, define a las Competencias Laborales como “Conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes que alude al artículo 45 de la Ley General de Educación (2011), y que requiere una persona para realizar actividades en mercado de trabajo.”

El artículo 45 de la Ley General de Educación establece:

- La formación para el trabajo procurará la adquisición de conocimientos, habilidades o destrezas, que permitan a quien la recibe desarrollar una actividad productiva demandada en el mercado, mediante alguna ocupación o algún oficio calificados.
- La Secretaría, conjuntamente con las demás autoridades federales competentes, establecerá un régimen de certificación, aplicable en toda la República, referido a la formación para el trabajo, conforme al cual sea posible ir acreditando conocimientos, habilidades o destrezas - intermedios o terminales- de manera parcial y acumulativa, independientemente de la forma en que hayan sido adquiridos.
- La Secretaría, conjuntamente con las demás autoridades federales competentes, determinarán los lineamientos generales aplicables en toda la República para la definición de aquellos

conocimientos, habilidades o destrezas susceptibles de certificación, así como de los procedimientos de evaluación correspondientes, sin perjuicio de las demás disposiciones que emitan las autoridades locales en atención a requerimientos particulares. Los certificados, constancias o diplomas serán otorgados por las instituciones públicas y los particulares que señalen los lineamientos citados.

- En la determinación de los lineamientos generales antes citados, así como en la decisión sobre los servicios de formación para el trabajo a ser ofrecidos, las autoridades competentes establecerán procedimientos que permitan considerar las necesidades, propuestas y opiniones de los diversos sectores productivos, a nivel nacional, local e incluso municipal.
- Podrán celebrarse convenios para que la formación para el trabajo se imparta por las autoridades locales, los ayuntamientos, las instituciones privadas, las organizaciones sindicales, los patrones y demás particulares.
- La formación para el trabajo que se imparta en términos del presente artículo será adicional y complementaria a la capacitación prevista en la fracción XIII del apartado A) del artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Con estos elementos, el SNC define a la Competencia Laboral Certificada como “Competencia Laboral relacionada con una función individual, cuyo desempeño cumple satisfactoriamente con lo establecido en un estándar de competencia y su instrumento de evaluación, y que le son reconocidas a una persona a través de un Certificado de Competencia.”

CONCLUSIONES

- El esquema de capacitación basado en competencias, a través de los Estándares de Competencia es una alternativa viable para las MiPyMes de México, toda vez que se enfoca a tareas específicas que tienen una estrecha relación con las actividades cotidianas de los trabajadores, de modo que los resultados de ésa capacitación son de impacto inmediato en las labores cotidianas.
- Si aún con las características y limitantes que reflejan los diferentes estudios analizados en este trabajo, las MiPyMes tiene la capacidad de aportar una parte importante del PIB y de absorber también una parte representativa de la mano de obra disponible, en la medida en que se capaciten y profesionalicen las actividades de sus trabajadores, podrán incrementar su productividad y sus expectativas de permanencia y crecimiento en el mercado.
- Esta profesionalización no sólo beneficia a las empresas, sino que al ser un reconocimiento documentado a nombre del trabajador, representa un reconocimiento a su experiencia y al conocimiento que ha acumulado a través del tiempo, lo cual refuerza su sentido de pertenencia y puede servir como un estímulo para que se arraigue en su labor, cualquiera que esta sea, con la mentalidad de hacerlo cada vez mejor en beneficio suyo, de su empresa y de la sociedad misma.

BIBLIOGRAFÍA

1. Aspeitia Conde, Marcela, Compiladora, (2006). “Perfil educativo del niño preescolar: un enfoque de competencias” en *Curriculum y competencias. Memoria del primer encuentro internacional de educación preescolar*.
2. Constitución Mexicana de los Estados Unidos Mexicanos (2010).
3. Delors, Jaques. (1997) “Los cuatro pilares de la educación”, en *la educación encierra un tesoro*. México. UNESCO.
4. ENAMIN 2008. Encuesta Nacional de Micro Negocios. Consultado el día 26 de octubre de 2011.
http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/establecimientos/enamin/2008/ENAMIN_2008.pdf
5. Garagorri, Xavier.(“Currículo basado en competencias: aproximación al estado de la cuestión” en *Revista Aula de Innovación Educativa*, núm. 161.
6. García E. S. (1994). *Introducción a la economía de la empresa*, Días de santos, Madrid, Cap.11 Concepto de empresa que se propone para la economía empresarial, (pp. 130-139).
7. García J. y Casanueva C. R. (2006) *Prácticas de la Gestión Empresarial*, Mc Graw Hill. *Diccionario de Economía*, Tercera Edición, de Andrade Simón, Editorial Andrade.
8. Gil E. M. de los A., Giner de la F. F. (2007). *Como crear y hacer funcionar una empresa, Introducción a la administración de empresas*, Madrid. ESIC. Disponible en: <http://books.google.com.mx/books?id=4O2e7DjTQL4C&printsec=frontcover&dq=como+crear+y+hacer+funcionar+una+em%C2%B4presa&cd=2#v=onepage&q&f=false>
9. IMCO Instituto Mexicano para la Competitividad (2011), “Índice de Competitividad Internacional 2011. Más allá de los BRICS. <http://imco.org.mx/es/> Consultado el día 26 de octubre de 2011.
10. Kellie, Deborah. (1999). “The Australian way: competency based training in the corporate sector”. *International Journal of training and development*, volumen 3 junio.
11. Ley General de Educación. <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/137.pdf> Consultado el día 20 de octubre de 2011.
12. Mertens, Leonard (1996). *Competencia laboral: sistemas, surgimientos y modelos*, Organización Mundial del Trabajo, Montevideo.
13. OCDE, “La definición y selección de competencias clave”, *resumen ejecutivo*.
14. Pedroza, Flores René. (2007). *Inserción laboral y trayectorias vitales del egresado de Psicología: competencias adquiridas y requeridas por el trabajo*. Colección pensamiento universitario 5. UAEM.

15. Pérez A. A.; y Pérez V. O. (2009) Competitividad y acumulación de capacidades tecnológicas en la industria manufacturera mexicana Investigación Económica, Vol. LXVIII, Núm. 268, abril-junio, pp. 159-187 Universidad Nacional Autónoma de México, México Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=60111154005>
16. Sánchez B. G. (2008) "Formulación de la teoría de la competitividad para el desarrollo empresarial mexicano" en Observatorio de la Economía Latinoamericana, N° 92. Texto completo en <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/mx/2008/gs.htm>.
17. Sánchez B. G. (2009) Las micro y pequeñas empresas mexicanas ante la crisis del paradigma económico de 2009, Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2009a/524/
18. Secretaria de Economía SE. Consultado el día 28 de octubre de 2011. <http://www.economia.gob.mx/index.php/mexico-emprende>
19. Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa *México Emprende, PyMES Nuestras Empresas*. Consultado el 5 de noviembre 2011. <http://www.contactopyme.gob.mx/archivos/boletin/boletin7.pdf>
20. Taylor Catherine. (1994). "Assessment for measurement of standards: the peril and promise or large scale assessment reform". American Educational Research Journal. Vol. 13.
21. Tobón, Sergio, (2006). "Aspectos básicos de la formación basada en competencias", *Documento de trabajo*.
22. UNESCO, (2005). De la sociedad de la información a las sociedades del conocimiento", en *Informe Mundial Hacia las sociedades del conocimiento*
23. Tuning, (2004-2007), Reflexiones y perspectivas de la educación superior en América Latina. Recuperado en noviembre de 2011 en <http://tuniig.deusto.org/tuningal>.
24. Zevallos V. Emilio FUNDES Internacional. San José, Costa Rica. Consultado el día 28 de octubre de 2011. <http://www.iberpymeonline.org/Documentos/ANALISISCOMPARADO07.pdf>.
25. Zevallos V. Emilio. Fundación para el desarrollo sostenible en América Latina. Obstáculos al Desarrollo de las Pequeñas y Medianas Empresas en América Latina. Obtenido el 30 de octubre 2011. [Http://Www.Esan.Edu.Pe/Paginas/Publicaciones/Cuadernos/20/Zevallos.Pdf](http://Www.Esan.Edu.Pe/Paginas/Publicaciones/Cuadernos/20/Zevallos.Pdf)

FORMACIÓN DE FUNCIONARIOS PÚBLICOS MUNICIPALES

Dra. Ma. Del Refugio López Palomar cuquis@profesores.valles.udg.mx

Universidad de Guadalajara CUValles

Dra. Sara Adriana García Cueva saragarcia@profesores.valles.udg.mx

Universidad de Guadalajara CUValles

Mtra. Sandra Zavala Contreras zavalas@profesores.valles.udg.mx

Universidad de Guadalajara CUValles

Dr. Manuel Pando Moreno manolop777@yahoo.com.mx

Universidad de Guadalajara CUCS

Resumen

A lo largo del siglo XX se han llevado a cabo numerosas iniciativas orientadas a modernizar los aparatos públicos en gran parte de los países latinoamericanos Barzelay (2003), consecuencia del movimiento global que en los años ochentas surge en el ámbito internacional cuya dimensión ideológica exigió un cambio de valores en el sector público, identificados con el paradigma de racionalismo económico y la gerencia de la empresa privada; sobre este fundamento ideológico se formuló un conjunto de técnicas y comportamientos que constituyen el contenido de la Nueva Gestión Pública (NGP), y la Reinención del Gobierno, cuyo objetivo ha sido reducir su tamaño, imponerle una disciplina e incentivos de mercado, aminorar los costos y mejorar su desempeño.

Dentro de esta orientación, los países miembros de la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo Económico (OCDE), a la cual México se integró en 1994 han implementado una serie de reformas a la administración pública, las cuales en términos generales puede agruparse en dos generaciones, a saber: la primera para controlar el gasto gubernamental y la segunda, con el objeto de mejorar los servicios y las relaciones con los ciudadanos; para lograr la reforma administrativa se consideró que era necesario promover la capacitación permanente del personal federal y coadyuvar a la de los estados y municipios.

En México en el año de 1995 y con el cambio del partido en el poder se anuncia la reforma del gobierno y la modernización de la administración pública, fomentando la profesionalización de la función pública para combatir la corrupción e impunidad.

Sin embargo, es hasta en el año de 2003 cuando se aprueba la Ley y el establecimiento de un Servicio Profesional de Carrera (SPC) a nivel federal, en apoyo, a que, no puede entenderse una reforma administrativa si no pasa por la mejora de su personal, que es el núcleo del Estado y quien opera las mejoras necesarias al aparato gubernamental.

Actualmente, la formación se ha convertido en un valor, un recurso, un derecho, un deber, como un proceso y como un resultado. Es de esperar que a mayor formación mejores sociedades, colectivos y ciudadanos; se habla de la necesidad de invertir en formación poniendo de manifiesto la importancia que tiene como un mecanismo que impulse el desarrollo de las sociedades y las personas, como lo propone la UNESCO 1985, Morín (1999).

El presente trabajo es descriptivo, presenta la situación actual de la formación profesional de los funcionarios públicos locales y propone una estrategia que coadyuve a este fin.

Palabras clave: Formación profesional, Funcionarios públicos, Administración Pública local, Programa de formación profesional, Ley del Servicio Profesional de Carrera.

Abstract

Throughout the twentieth century has undertaken numerous initiatives to modernize the public apparatus in much of Latin American countries Barzelay (2003), a consequence of global movement that emerged in the eighties in the international arena which demanded an ideological dimension changing values in the public sector, identified with the paradigm of economic rationalism and management of private enterprise; this ideological foundation formulated a set of techniques and behaviors that constitute the content of the New Public Management (NPM) and Reinventing Government, whose aim has been to reduce its size, to impose discipline and market incentives, reduce costs and improve their performance.

In Mexico in 1995 and with the change of party in power announcing the government's reform and modernization of public administration, promoting the professionalization of the public to combat corruption and impunity public function

However, until the year 2003 when the approval of a law to establish Professional Service Career on the Federal level in support, it cannot be understood an administrative reform without passing through the improvement of staff, which is the core of the State and who operates the necessary improvements to the government apparatus.

Currently, training has become a value, a resource, a right, a duty, as a process and as a result. It is hoped that more training to better societies, groups and citizens talk about the need to invest in training highlighting the importance as a mechanism to promote the development of societies and individuals, as proposed by the 1985 UNESCO, Morin (1999).

The foregoing work is a descriptive research that presents a current status of training formation of local official clerks and proposes a strategy that contributes to this matter.

Keywords: formation training, Public Officials Clerks, Local Public Administration, Professional Training Program, Professional Career Service law.

Desarrollo del Trabajo

Introducción

La formación del recurso humano ha sido considerada como un mecanismo y/o como una herramienta que está presente en las organizaciones públicas y privadas; atendiendo a su naturaleza, objetivos, misión y visión, se establecen las estrategias, las políticas o la normatividad que garantice su cabal cumplimiento y en consecuencia la obtención de las bondades emanadas de la misma.

La Administración Pública ha buscado formar su recurso humano, mediante la profesionalización, en este sentido Guerrero (2004) sobre la obra de Bonnin; considera que la particularidad de la profesión del administrador público es la formación a través de la enseñanza administrativa, vinculada a la formación académica.

La formación profesional, es el proceso mediante el cual se adquieren los conocimientos, aprendizajes y aptitudes que le permiten al funcionario desempeñar un cargo que asume como una profesión y que representa un deber específico con fidelidad al cargo (Weber, 2004).

Pacheco y Díaz Barriga (1997), definen la formación profesional como el conjunto de procesos sociales de preparación y conformación del sujeto, referido a fines precisos para un posterior desempeño en el ámbito laboral. Además, es el proceso educativo que tiene lugar en las instituciones de educación superior, orientada a que los alumnos obtengan conocimientos, habilidades, actitudes, valores culturales y éticos, contenidos en un perfil profesional y que corresponda a los requerimientos para un determinado ejercicio de una profesión.

La formación profesional ha sido abordada desde el año de 1921 a la fecha por la Organización Internacional del Trabajo por sus siglas (OIT), OIT Cinterfor (2008), mediante el artículo 3, recomendación 195 en el año 2004, sobre el Desarrollo de los Recursos Humanos: educación, formación y aprendizaje permanente, que surge como una actualización, ha recomendado lo siguiente:

“Los Miembros deberían definir políticas de desarrollo de los recursos humanos, de educación, de formación y de aprendizaje permanente que:

a) faciliten el aprendizaje permanente y la empleabilidad, y formen parte de una gama de medidas de orden político destinado a crear empleos decentes y a alcanzar un desarrollo económico y social sostenible;

b) atiendan por igual los objetivos económicos y sociales, hagan hincapié en el desarrollo económico sostenible en el contexto de una economía en proceso de globalización y de una sociedad basada en el saber y la adquisición de conocimientos y hagan también hincapié en el desarrollo de las competencias, la promoción del trabajo decente, la conservación del empleo, el desarrollo social, la inclusión social y la reducción de la pobreza”.

La promoción del desarrollo de competencias laborales en el marco de la formación, es uno de los elementos clave de ésta recomendación, lo anterior está íntimamente relacionado con el reconocimiento y la certificación de aptitudes y actitudes profesionales.

De la recomendación de la OIT se deduce que la formación profesional es el proceso de aprendizaje mediante el cual se desarrollan las competencias del recurso humano, así mismo la formación profesional se concibe como un medio para la reducción a la pobreza.

Desde el punto de vista social, la formación profesional es una herramienta de primer orden en la promoción de la igualdad de oportunidades mediante la integración de las personas en materia laboral, social y ciudadana OIT/Cinterfor (2008). Sus efectos no se agotan en el horizonte del pleno goce de los derechos fundamentales, en contextos donde las relaciones de género, la disparidad social en las condiciones de acceso a servicios básicos (educación, salud, protección social) y a trabajos decentes marcan un panorama de fuerte inequidad. La formación profesional constituye también la base para el desarrollo productivo y la competitividad de las economías así como para el combate a la pobreza. Un país, un territorio, resulta más o menos competitivo en función del grado en que consiga reducir tales déficit y sus consecuentes tensiones sociales y políticas. Su nivel de competitividad también está asociado a la medida en que logre aprovechar eficazmente el potencial productivo y fundamentalmente creativo de sus ciudadanos y ciudadanas.

Por su parte el Centro Latinoamericano para la Administración y Desarrollo (CLAD), en La Carta Iberoamericana de la Función Pública que fue elaborada bajo el auspicio del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas (DESA), aprobada por la V Conferencia Iberoamericana de Ministerios de Administración Pública y Reformas del Estado, reunida en Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, los días 26 y 27 de junio de 2003, y respaldada por la XIII Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno (resolución No. 11 de la “Declaración de Santa Cruz de la Sierra”) celebrada en la misma localidad los días 14 y 15 de noviembre de 2003.

En la Carta Iberoamericana, se impulsa e incide la forma de concebir el diseño y la gestión de los sistemas de función pública profesional. En ella se delinear un conjunto de bases comunes, sobre las cuales debiera articularse el diseño y funcionamiento de los diferentes sistemas nacionales de función profesional en Iberoamérica, a través de la profesionalización de la función pública, se aspira a contribuir con el fortalecimiento de la institucionalidad pública, la mejora de la acción de gobierno y el incremento de la calidad de los servicios y bienes públicos.

La Carta Iberoamericana de la Función Pública persigue las siguientes finalidades:

- a) Definir las bases que configuran un sistema profesional eficaz de función pública, entendiendo a éste como una pieza clave para la gobernabilidad democrática de las sociedades contemporáneas, y para la buena gestión pública.
- b) Configurar un marco genérico de principios rectores, políticas y mecanismos de gestión llamado a constituir un lenguaje común sobre la función pública en los países de la comunidad iberoamericana.
- c) Servir como fuente de inspiración para las aplicaciones concretas, regulaciones, desarrollos y reformas que en cada caso resulten adecuadas para la mejora y modernización de los sistemas nacionales de función pública en dicho ámbito.

La Carta Iberoamericana está integrada por seis capítulos, en el capítulo segundo contiene los criterios orientadores y principios rectores destacando la preeminencia de las personas para el buen funcionamiento de los servicios públicos y la necesidad de políticas que garanticen y desarrollen el máximo valor del capital humano disponible por los gobiernos y organizaciones del sector público, la profesionalidad de los recursos humanos al servicio de las administraciones públicas.

En este orden de ideas la Carta Iberoamérica de la Función Pública señala que “los directivos públicos corresponden a aquel segmento de cargos o dirección inmediatamente subordinado al nivel político de los gobiernos, cuya función es dirigir, bajo la orientación de estrategias y el control de aquél, las estructuras y procesos mediante los cuales se implementan las políticas públicas y se promueven los servicios públicos.

Por lo anterior de acuerdo a este documento, se trata de funciones diferenciadas de la política como de los profesionales de las políticas públicas que integran la función pública ordinaria, La adecuada definición y consolidación de una dirección pública profesional es básica para un correcto diseño institucional de los servicios públicos contemporáneos”.

De acuerdo a la OCDE (1999) manifiesta que, si se tuviera que definir una carrera para directivos públicos, se diría que es una estructura y un sistema reconocido de gestión para altas posiciones no políticas sino para funcionarios directivos públicos en el gobierno. De ahí entonces que debe existir un servicio civil *ad hoc* que entrene y forme a directivos para el desempeño de sus funciones que principalmente son de gestión.

Acosta y Baldeón (2008) definen la formación profesional como la adquisición de un perfil calificado e integral de desempeño en un puesto o función dentro del servicio público, para lo cual el perfil es susceptible de planearse en un área de dominio laboral o cognitiva, en una especialidad o en un puesto, con componentes de consistencia de conocimientos, experiencia, criterio, capacidad de juicio técnico y conciencia; y compromiso ético.

Consideran también la formación profesional como sinónimo de desarrollo institucional y personal de los servidores públicos. Así mismo establecen la profesionalización como sistema integral vinculado a un adecuado esquema de promociones, ascensos, estímulos y retribuciones que reconozca y asegure la motivación del servidor público para especializarse y desempeñarse en términos de calidad, compromiso y eficiencia.

De ahí que la formación profesional cubre perfiles y aproxima un cierto grupo de atributos de la persona a un puesto, estrechando la brecha que exista mediante conocimientos puntuales y dirigidos a reforzar o crear capacidades. Constituyendo así un medio de desarrollo institucional.

Otro enfoque sobre la profesionalización de los funcionarios públicos es el que presenta Martínez (2005) al referir que en años recientes, uno de los temas que forman parte de las tendencias de la profesionalización es el diseño de un sistema de profesionalización o carrera para altos directivos públicos o directivos públicos (atendiendo al nivel de gobierno que se trate), coincidiendo al respecto con autores como Brosnahan (2000) que afirma que parte de toda agenda de la administración pública que se aspire a ser moderna debe considerar en el marco del servicio civil o de carrera, han visto como una franja especial de sus funcionarios, llámese directivos, a los que alude requieren de capacidades o competencias específicas y por lo tanto de un tratamiento especial, de modo que dicho objeto de estudio se convierta en elemento fundamental para el fortalecimiento de sus organizaciones cuyo éxito descansa precisamente en la calidad de dirección.

Lo antes señalado se sustenta en los postulados de la Nueva Gestión Pública (OCDE, Mathiasen 1999) cuya pretensión ha sido el replanteamiento del quehacer administrativo tradicional y proponer, entre otras cosas, precisamente a los directivos públicos como factor de cambio a partir de entender

que no hay capacidad directiva o gerencial donde la actividad es, en lo fundamental, la mera aplicación impersonal de reglas y la observancia fiel de procedimientos establecidos.

Otro enfoque respecto a la formación profesional de directivos la presenta Longo (2004), a través de analizar el caso de Inglaterra donde optaron por incursionar la carrera de la función directiva en su esquema tradicional.

El concepto de formación profesional del que se parte en el presente trabajo, es el que concibe la formación profesional como un proceso mediante el cual se desarrollan habilidades y se adquieren conocimientos en beneficio de la persona (directivos) y la institución, cultivando con ello el talento humano en los funcionario públicos; el proceso referido deberá atender a la diversidad y complejidad de los gobiernos locales que van desde la formación académica de los funcionarios, las estructuras organizacionales, reglamentación, equipos de tecnología entre otros.

En este sentido La formación profesional deberá tender a resolver las necesidades particulares que aquejan a los gobiernos locales. Por lo anterior, la formación profesional estará en función de la elaboración de un diagnóstico mediante el cual se identifique la situación actual, fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas; que permita establecer un programa de formación profesional que en el corto y mediano plazo contribuya a alcanzar la profesionalización del personal ya existente, acreditando la formación profesional mediante el programa creado ex profeso con apoyo del gobierno del gobierno local y un equipo de asesores expertos en el tema, aprovechando así al máximo el capital humano. No se tratará el ingreso, evaluación, promoción y retiro en virtud de que estos aspectos se establecen mediante la Ley del Servicio Profesional de Carrera y a nivel municipal, en su Reglamento respectivo.

En el presente trabajo la formación profesional se considerará como un medio o una herramienta a través de la cual los funcionarios públicos locales desarrollan competencias a través de un proceso, aplicables al puesto o cargo que desempeñan, dotándolas así de un perfil profesional en tres dimensiones: el cognitivo-saberes, el afectivo motivacional-saber ser; y actuacional-saber hacer, que permitirá el desarrollo personal y de la institución, respondiendo a las necesidades particulares de la misma.

Modalidades de la formación profesional

Las modalidades de formación profesional reciben diversas denominaciones por parte de los diferentes investigadores: Modelos escolar, dual y compuesto; para Pedró. F. (1993); y modelos escolar, de aprendizaje mixto para Garrido (1989) y Echeverría (1993).

Pedró (1993) señala que el modelo escolar se trata de un modelo administrado y regulado fundamentalmente por una institución educativa. Esta característica, contribuye no solo a que todas las posibles vías de formación estén integradas en un sistema escolar dependiente de una institución educativa, favoreciendo con ello la escolarización universal a tiempo completo de los jóvenes, más allá del periodo obligatorio.

La formación profesional del modelo escolar se considera como un programa completo de formación, dirigida principalmente a jóvenes y que los conduce a la obtención de diferentes títulos que los posibilitan ejercer una profesión.

De allí que, por lo general los sistemas educativos comprendidos en un modelo de esta naturaleza, ofrecen un itinerario formativo en el sistema orientado hacia tres ramas diferenciadas:

1. Una general que prepara para la prosecución de estudios superiores de larga duración.
2. Una tecnológica que permite tanto el acceso directo al empleo, como la prosecución de estudios profesionales de corta duración.
3. Una técnica profesional que prepara para la obtención de diplomas que permiten la entrada directa a la vida laboral con diversos niveles de cualificaciones.

El modelo escolar, como se observa pone énfasis en los aspectos académicos escolares y en la certificación oficial de haber transitado por la institución educativa, acreditando determinados conocimientos; gradualmente va transformando su perfil originario e incorporando características propias de los llamados sistemas duales.

Por su parte García (1989) aborda el modelo de aprendizaje dual, al que se refiere como un sistema de enseñanza en el cual el sector empresarial toma alto grado de protagonismo a lo largo de todo el proceso de formación de los empleados.

Esta formación se concibe y desarrolla directamente en el seno de una empresa, bajo la supervisión de los empresarios y de la administración pública educativa o laboral, o bien compartiendo el tiempo entre el lugar de trabajo y el centro especializado, logrando una adecuada combinación entre formación práctica y formación teórica.

En el modelo dual es la empresa quien asume la responsabilidad del proceso de formación, encargándose así de realizar la estructuración y desarrollo del programa y cursos de formación.

En este marco la formación profesional inicial señala Echeverría (1993), que puede definirse como un programa completo de capacitación o formación profesional, a cargo de dos instancias formativas, sobre la base de un contrato de formación entre empresa y aprendiz, que posibilita el aprendizaje del saber hacer y estar; y la obligación de perfeccionar y profundizar en escuelas profesionales los conocimientos requeridos para el ejercicio de la profesión.

El modelo dual a diferencia del modelo escolar y a juicio de los autores señalados, emplea un sistema de acreditación en el cual las competencias adquiridas y el correcto desempeño adquieren mayor importancia que la tradicional titulación a partir de los contenidos abordados y teóricamente superados.

El modelo mixto o compuesto, atendiendo a lo expresado por Pedró (1987), se caracteriza por dar mayor grado de participación al sector de la educación no formal en el proceso de la formación profesional.

Parte de la idea de que el sistema formal y sobre todo el sistema escolar no puede ni debe ocupar toda la demanda educativa, lo que da lugar al desarrollo de programas de formación inicial dispensados fuera de la escuela y con la participación del sector privado. Existen múltiples proyectos de formación profesional destinados principalmente a jóvenes y adolescentes, con escasos logros en la enseñanza formal. Estos programas son organizados por organismos que actúan al margen del sistema educativo formal.

Los tres modelos antes referidos, si bien constituyen prototipos de organización, en mayor o menor medida, no están a los procesos de uniformización, ya que las transformaciones en el mundo de las relaciones sociales y laborales, conduce día a día a sistemas de formación profesional flexibilizados.

Es decir, sistemas que rompen las rigideces de sus estructuras a fin de evitar el riesgo de ofrecer una formación predominantemente formal, académica y de aula, que limite en algunos casos a los alumnos las posibilidades de vincularse al sector productivo (riesgo del modelo escolar); o una formación predominantemente técnica, con escasa formalización, en la que no haya espacio para la orientación de estudiantes, ni para que estos puedan alternar, confrontar y consolidar su práctica laboral sobre una base tecnológica y científica (riesgo del modelo dual).

Para los efectos del presente trabajo el modelo que se aplica es el dual de los autores García y Echeverría, donde, es la institución, que en este caso está comprendida por los H. Ayuntamientos, quienes asumen la responsabilidad del proceso de formación de sus funcionarios públicos de primer nivel, partiendo de la identificación de las competencias de gestión que requieren fortalecimiento, con la coordinación de asesores expertos.

En este modelo, a diferencia del modelo escolar, se emplea un sistema de acreditación en el cual las competencias adquiridas y el correcto desempeño adquieren mayor importancia que la tradicional titulación a partir de los contenidos abordados y teóricamente superados. Este proceso de formación se podrá realizar en las instalaciones del propio Ayuntamiento.

Por otra parte, es relevante considerar a quien está dirigido el programa de formación profesional, es decir serán los funcionarios públicos de primer nivel quien participarán en dicho proceso, sin duda se trata de personas adultas, con antecedentes de educación institucionalizada o formal muy diversa, pero que tienen en común: ser funcionarios públicos de primer nivel, que desempeñan funciones directivas, con un equipo de colaboradores. De ahí el tomar en cuenta que se tratará de un proceso de formación profesional de adultos.

Estructura del Programa de Formación Profesional Propuesto

Objetivo General.

El programa de formación profesional tiene como objetivo general fortalecer el talento humano de los funcionarios públicos de la administración pública de un Ayuntamiento clasificado como municipio urbano pequeño, a fin de aprovechar los recursos humanos existentes; mejorando para ello principalmente las competencias de gestión, que contribuyan a la integración de un equipo de trabajo competente y comprometido con la sociedad.

Objetivos particulares.

Los objetivos particulares que se persiguen son los siguientes:

1. Apoyar la mejora de actitudes positivas de los asistentes, enfocadas al conocimiento y crecimiento personal, motivación y sensibilización sobre la importancia de la ética en todas las actividades de la administración pública; que contribuyan al desarrollo y fortalecimiento de las competencias de gestión relativas al saber ser.

2. Contribuir en el desarrollo de habilidades para la integración de equipos de trabajo cohesionados, estimulando la comunicación eficiente y la motivación, facilitando el consenso y apoyando la creatividad y la fuerza a cualquier proyecto al que se enfrenten, fortaleciendo con ello las competencias de gestión relacionadas con el saber hacer.
3. Actualizar los conocimientos normativos de los funcionarios, referentes a la legislación aplicable a la administración pública municipal en Jalisco, y mejorar las competencias de gestión del saber, para el correcto desempeño de sus tareas dentro de la administración pública.

Módulo I Inducción y Desarrollo Personal

Módulo II Habilidades Directivas

Módulo III Normatividad

La carga horaria que se considera para cada módulo es de 80 horas, distribuidas de la siguiente manera: 40 hrs. presenciales y 40 hrs. no presenciales.

Para desarrollar los contenidos temáticos de cada módulo se contemplan actividades como:

- a) Actividad de apertura: ésta tiene la finalidad atrapar y centrar la atención en el tema eje de la experiencia que se haya programado, así como de proveer material de discusión y análisis.
- b) Presentación de ideas centrales: esta actividad tiene como finalidad la de presentar los conceptos e ideas que son fundamentales al contenido del curso o módulo.
- c) Actividad de aplicación: permite que los participantes apliquen los principios generales en situaciones que sean concretas y realistas tanto como sea posible.
- d) Curso en línea para apoyar el desarrollo de las actividades de aprendizaje, a través de materiales de lectura, foros y chat.
- e) Evaluación de los participantes de los materiales y técnicas empleados.

Tomando en cuenta lo anterior se diseñan las cartas descriptivas para cada uno de los módulos.

Conclusiones

Ante las dificultades que enfrenta el servicio profesional de carrera en México para contar con profesionales en la Administración Pública en los tres niveles de gobierno y al tratarse de instituciones públicas que realizan sus actividades en un marco legal, profesionalizar a los funcionarios públicos debe efectuarse a partir de normar a nivel Estatal la Ley del Servicio Profesional de Carrera; y en el municipio, crear el Reglamento correspondiente que contemple los siete subsistemas de ésta Ley, así la planeación de los recursos humanos; el ingreso; desarrollo profesional; la capacitación y certificación de capacidades; la evaluación del desempeño; la separación; y el control y evaluación; al quedar normados terminen (en el mediano y largo plazo) con las prácticas discrecionales y de botín arraigadas.

Aunado a lo anterior se deben emprender estrategias para formar directivos profesionales que respondan a las necesidades particulares de los municipios (urbanos pequeños) mexicanos, por ello se propone llevar a cabo un análisis FODA de los funcionarios públicos de primer nivel por área o unidad, que les permita identificar las fortalezas del recurso humano existente; conservando a aquellos funcionarios que posean competencias de gestión y un perfil para su cargo o bien removerlos bajo criterios objetivos de su perfil, considerando que representan la experiencia y por tanto la fortaleza para el desarrollo de la función pública y la mejora del municipio.

De igual manera elaborar un diagnóstico de necesidades de formación para diseñar un programa de intervención, bajo el modelo dual flexible, donde la institución que en este caso está comprendida por los H. Ayuntamientos, asumen la responsabilidad del proceso de formación de sus funcionarios públicos de primer nivel, coordinado por asesores expertos.

Con lo anterior se estará perfilando a contar con funcionarios públicos locales de primer nivel profesionalizados que respondan eficientemente a los retos que enfrenta la administración pública municipal en México.

Referencias Bibliográficas

Libros:

Acosta y Baldeón (2008) Modelo de Profesionalización para los servidores públicos de las entidades federativas. Revista Servicio Profesional de Carrera. Vol. No. 9, México. Red Mexicana de Servicios Profesionales.

Barzelay, M. (2003) La nueva Gestión Pública. México: Fondo de la Cultura Económica.

Brosnahan Jo. (2000) Public Sector Reform requires leadership Government of the future. OCDE. Paris, France.

Echeverría, B. (1993) Formación Profesional. Barcelona: P.P.U.

Garrido. M. (1989) El Reto del Cambio Educativo: Nuevos Escenarios y Modalidades de Formación. Barcelona: Ariel.

Guerrero, J. P. (2000) La reforma a la administración pública mexicana en el nuevo régimen político, ¿por dónde empezar? México: CIDE.

Ley y el establecimiento de un Servicio Profesional de Carrera (2003).

Martínez, R. (2005) Servicio Profesional de Carrera ¿Para qué? Miguel Ángel Porrúa, México.

Morín, E. (1999) Los Siete Saberes Necesarios Para La Educación Del Futuro. París.

Pacheco, T. y Díaz Barriga, A. (1997). La profesión. Su condición social e institucional. México: Centro de Estudios sobre la Universidad (UNAM).

Weber, M. (2004) Economía y Sociedad. México: Fondo de la Cultura Económica.

Artículos:

Centro Latinoamericano para la Administración y Desarrollo CLAD (2003), La carta Iberoamericana de la función pública Departamento de asuntos económicos y sociales de las naciones unidas (DESA), Ed. CLAD. Venezuela, Vol. 1

García Ll. J.L. (1987) Estrategias Didácticas para el Aprendizaje del Adulto en un Sistema Abierto, Revista de Ciencias de Educación No. 129.

Longo, F. (2004) “La Calidad de los Sistemas de Servicio Civil den América Latina y el Caribe: una Metodología de Evaluación”, Revista Servicio Profesional de Carrera. Vol. 1, número 2, 2004 p.95

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, (1995) Governance in Transition: Public Management Reforms in OECD Countries. Paris: OCDE.

OCDE (1999) The estate of the higher civil service alter reform; Britain, Canada and the United States. Public Management Service, París, France.

Pedró, F. (1993) La formación profesional en Europa. Valor en alza, Revista *Investigación y Ciencia*, 197, pp. 32-33.

Fuentes electrónicas:

CLAD (2004), La Carta Iberoamericana de la Función Pública. Recuperada el día 19 de febrero de 2008: <http://www.map.es/ministerio/organos/clad.html>

OIT/Cinterfor (2008), Recomendación sobre el Desarrollo de los Recursos Humanos: educación, formación y aprendizaje permanente. Recuperada el 05 de marzo de 2008 http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/for_prod/index.htm

IMPORTANCIA DEL RECURSO HUMANO EN LAS MIPYMES INDUSTRIALES EN CULIACÁN, SINALOA

Mario Mitsuo Bueno Fernández. Mitsuo_22@hotmail.com Universidad Autónoma de Sinaloa
María del Socorro Borboa Quintero msborboa@hotmail.com Universidad Autónoma de Sinaloa
Dalia María Cuadras Borboa daliacuadras@hotmail.com. Universidad Autónoma de Sinaloa

Resumen

La complejidad del entorno impacta de manera negativa a las micros, pequeñas y medianas empresas de la localidad, según investigación empírica y entrevistas a personal de empresas, cámaras empresariales, y asesores externos las causas de sus problemas varían desde el mal uso de recursos, incapacidad de sus líderes, resistencia al cambio, el nivel de escolaridad del empresario, la falta de visión, la no política de reinversión, así como por deficientes proceso de reclutamiento y selección de personal para la introducción de personal en las organizaciones, etc. Por lo anterior, en este trabajo se presentan resultados de investigación que da respuesta a la pregunta *¿Cómo son los procesos de reclutamiento y selección del personal en las micros, pequeñas y medianas empresas industriales de Culiacán y cuáles son los aspectos que valora el empresario al momento de la selección del personal, así como los comportamientos, actitudes y valores que distinguen al personal eficiente en la organización?* En la actualidad cada vez son más los empresarios que están concientes de la importancia de contar con un trabajador comprometido y satisfecho para mejorar la productividad de su organización. La importancia de contar con un equipo de trabajo calificado y competente puede ser la clave del éxito empresarial, ya que la mayoría de las actividades las realizan el trabajadores de la empresa.

Palabras claves: recursos humanos, reclutamiento y selección de personal.

Abstract

The complexity of the environment negatively impacts the micro, small and medium enterprises in the locality, as empirical research and personal interviews with companies, business groups and external consultants the causes of their problems range from the misuse of resources, inability of its leaders, resistance to change, the entrepreneur's education level, lack of vision, no policy of reinvestment, as well as poor recruitment and selection process of personnel for the introduction of staff in organizations, and so on. Therefore, this paper presents results of research that addresses the question: *What are the processes of recruitment and selection of staff in the micro, small and medium industrial enterprises of Culiacan and what are the aspects that values the business at time of selection of staff as well as behaviors, attitudes and values that distinguish efficient staff in the organization?* Today more and more entrepreneurs are aware of the importance of having a committed and satisfied workers to improve productivity of your organization. The importance of having a team of skilled and competent may be the key to business success, since most of the activities are carried out by company employees.

Keywords: human resources, recruitment and selection.

Introducción

En el ámbito empresarial empresas transnacionales, nacionales y locales presentan problemas como son despidos masivos, de relación líder-subordinado, rotación de personal, ausentismos, despidos, renuncias involuntarias, malos tratos, no aptos al puesto, decepciones laborales, discriminación, etc., que en la mayoría de los casos se debe a una mala administración de personal, que origina que los trabajadores estén insatisfechos laboralmente, o peor aun no se encuentran comprometidos, ni motivados aun cuando son empresas y/o organizaciones que cuentan con una estructura organizacional sólida, pero no han sido reclutado ni seleccionado correctamente al puesto.

Lo anterior hace necesario reflexionar sobre la situación de las micros, pequeñas y medianas empresas, que difícilmente cuentan con un departamento de recursos humanos, que realice las funciones de: reclutamiento, selección, contratación, integración, inducción, capacitación-desarrollo y despido. Funciones que generalmente son realizadas por el director de la empresa que por lo regular es el dueño.

Becerra Perez (2008:5) señala “la empresa adolece de un manejo adecuado de su principal recurso: su capital humano, preguntándose ¿Por qué en un mundo globalizado, en donde lo que sobran son cursos para empresarios, en diplomados, alta escuela, en maestrías, doctorados, sigue siendo el recurso humano el gran problema a resolver? Agrega es posible que los procesos de selección sean la gran fuga que permita al sistema de administración trabajar con eficiencia, es posible que sea la falta de atención de este capital, es también que sea la indiferencia o la arrogancia administrativa de propietarios y directivos lo que impiden crear y sostener sistemas eficaces de administración.

Es decir en la MiPyMEs hoy en día presentan diversas problemáticas con por ejemplo: la globalización, su competencia, la innovación, las tecnologías de información, entre otros. Sin lugar sus recursos humanos son un problema muy delicado ya que son parte medular de la organización.

Distintas organizaciones gremiales, empresariales y corporativas hay descargado estas funciones en despachos, cámaras empresariales, sitios web especializados en captación de personal, entre otros; en algunos casos con altos costos. Los empresarios han manifestado en reuniones y en diversos espacios con sus agremiados que es un problema difícil de tratar y comentar, resaltando que no le pueden dar las llaves de su negocio a cualquier persona. Eso conlleva dejar en sus manos el patrimonio que mucho esfuerzo les costó lograr.

El factor humano posee características tales como la inteligencia, valores, competencias, imaginación, experiencias, sentimientos, habilidades, que lo diferencian de los demás recursos, por ellos es transcendental para la existencia de cualquier organización (Munch Galindo, 2010: 18)

Revision Literaria

Administracion de Recursos Humanos

Existen considerables definiciones de Administración de recursos humanos por mencionar algunos autores que la han estudiado Byars y Rue citado en Rodríguez Valencia (1998:6), Rodríguez Valencia (1998:6)], Melitón Rodríguez citado en Amaro Guzmán (1990:19), Jonas & George (2007:413) y Chiavenato (2001:7). Chiavenato generaliza que la organización y las personas son la base fundamental de la administración de recursos humanos, en cambio Jonas & George habla acerca de que los administradores son los responsables de las actividades del manejo de los recursos humanos, Byars y Rue & Melitón Rodríguez consideran las necesidades del personal y los asuntos de su bienestar. Rodríguez Valencia su concepto es amplio y concreto, porque menciona que el proceso administrativo es importante para un buen manejo del personal, que permitan aprovechar al máximo los recursos humanos idóneos para cada departamento, y con ello satisfacer las necesidades de los clientes, de la organización y de los empleados. Por lo que se considera que la definición de Rodríguez y Valencia cumple con expectativas de nuestro trabajo y coincide con preguntas y objetivos de la investigación.

Al respecto Munch Galindo (2010: 14) menciona la administración del capital humano es un factor estratégico para cualquier empresa, ya que la optimización de la maquinaria, el dinero, las instalaciones y los sistemas, en suma el logro de los objetivo depende del personal.

El objetivo de la función de recursos humanos es integrar a la organización personal cuyas características sean afines a los requerimientos de la misma, así como impulsar su desarrollo integral mediante el establecimiento de políticas y programas que contribuyan a su realización personal y quien propiamente el esfuerzo humano para actuar con eficiencia (Benavides, 2007:185).

Los gerentes necesitan estar consientes de las fuerzas que se presentan en la sociedad y deben de plantear las estrategias para solucionar los retos que vendrán en materia de sus recursos humanos (Tyson & Shaun, 2007:338).

Etapas del Empleo

Contar con una planta con personal estable y motivado es uno de los requisitos fundamentales para lograr mayor productividad. Las principales funciones del área de personal son: reclutamiento, selección, contratación, promoción y trasferencia de personal; las cuales son parte del proceso del empleo (Munch, 2007:174).

Dentro de la administración de personal o de recursos podemos encontrar las distintas fases o etapas del proceso o función del empleo para cubrir la vacante disponible en la organización, según varios autores (ver tabla 1):

Tabla 1
Etapas del Proceso del empleo

Etapas del proceso del empleo	Benavides (2007:182)	Pérez Chávez (2007:23)	Barajas (2008:144)	Werther Jr. William B, Keith, Davis (1996:21)	Rodríguez Valencia (1998:94)	Jonas & George (2007:413)
Análisis de puestos			X			
Reclutamiento	X	X	X	X	X	X
Selección	X	X	X	X	X	X
Valuación de puestos	X		X	X		
Capacitación o Entrenamiento			X			X
Contratación.	x	X	X		X	X
Evaluación				X		X
Inducción.	X	X	X		X	
Motivación			X			
Nomina y control de asistencia			X			
Calificación de meritos			X			
Desarrollo	X			X		X
Servicio y prestaciones	X		X			X
Seguridad e higiene			X			

Fuente: Elaboración propia.

Analizando a cada uno de los autores se considera que Barajas (2008:144) contiene el proceso más completo, porque incluye etapas como: análisis de puesto, valuación al desempeño, reclutamiento, selección y contratación, motivación, nomina y control de asistencia, entrenamiento, calificación de meritos, servicios y prestaciones & seguridad e higiene; y las más usuales en las organizaciones.

El objeto de estudio de esta investigación, fueron las dos primeras etapas del proceso del empleo que son de reclutamiento y selección de personal, las variables principales de este estudio.

Reclutamiento de personal

Cuando existe vacante de empleo, los gerentes deben utilizar la información obtenida durante el análisis de puestos, para identificar y atraer a los candidatos más capaces. Es decir, el reclutamiento se hace a partir de las necesidades de recursos humanos presentes y futuras de la organización (Robbins & Coulter 2010:211). Al respecto Chiavenato (2007:147) menciona que a través de un conjunto de técnicas y procedimientos los encargados de reclutar se proponen atraer candidatos potencialmente calificados y capaces para ocupar un puesto en la organización.

Por otro lado Benavides (2007:188) y Munch (2007:175), proponen que el personal interno de la empresa sea beneficiado cuando exista una vacante haciendo referencias al reclutamiento interno. Respecto al reclutamiento externo proponen que cuando la empresa este en desarrollo reclute personal calificado externo para las áreas más especializadas. Munch propone que la empresa realice

reclutamiento mixto, ya que es altamente motivante porque los empleados de la empresa se verán en la necesidad de capacitarse para poder aspirar un mejor puesto dentro de la organización.

En la MiPyMEs en lo general en etapa del empleo la pasan por alto por sus altos costes.

Selección de personal

La selección de personal es el filtro en el que incurren los aspirantes a ocupar el puesto vacante en la organización. Se le da más importancia que al reclutamiento de personal. Se procesa con más cuidado y atención. En algunos casos intervienen los jefes de las áreas de los puestos vacantes.

La selección es un proceso que contempla etapas y técnicas, y que a partir de la descripción y especificación del puesto se evalúan las características y aptitudes de los candidatos y se escoge al idóneo (Munch, 2007:176 y Benavides, 2007:190).

Chiavenato (2001:239), define el proceso de selección de personal como: “escoger entre los candidatos reclutados los más adecuados para ocupar los cargos existentes de la empresa, tratando de mantener o aumentar la eficiencia y el desempeño del personal, así como la eficacia de la organización” manejando concepto como eficiencia, desempeño y eficacia, conjuntando al candidato y a la organización en uno solo sin olvidarse la importancia que tiene el reclutamiento el proceso del empleo.

El proceso de selección propuesto por Munch (2007:176) se considero apropiado para esta investigación presenta las etapas o fases siguientes: recepción preliminar de candidatos, elaboración de solicitud de empleo, entrevista previa, aplicación de pruebas de conocimientos, entrevista profunda, aplicación de pruebas psicológicas y psicométricas, entrevista de selección, encuesta socioeconómica, examen médico, contratación e inducción.

Objetivos

Se estima que en 2006 existían en México¹⁶⁰ 4'007,100 empresas, de las cuales el 99.8 por ciento son MiPyME's. Es por ello que se creó la Subsecretaría para la Pequeña y mediana Empresa (SPyME) para diseñar, fomentar y promover programas y herramientas que tengan como propósito la creación, consolidación y desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, así como promover la cultura empresarial enfocada al desarrollo nacional equilibrado en el país, que impulse las actividades económicas y el empleo de las regiones y municipios de menor desarrollo económico de México.

El *objetivo general* de esta investigación fue “Conocer los procesos de reclutamiento y selección del personal en las micros, pequeñas y medianas empresas industriales de Culiacán y determinar los aspectos que valora el empresario al momento de la selección del personal, así como los comportamientos, actitudes y valores que distinguen al personal eficiente en la organización”.

160

En información obtenida en la página principal de la Secretaría de economía de México donde nos indica en número de PYMES en el año 2006; <http://www.economia.gob.mx/?P=7000>, en consulta realizada el lunes 15 de Septiembre del 2008.

Esta investigación se realizó en empresas micro, pequeñas y medianas industriales del subsector fabricación de muebles y productos relacionados del sector manufacturero de acuerdo a clasificación del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA) Delegación Culiacán, misma que con la gran disposición de los funcionarios, presidentes y empresarios se pudo concluir esta investigación. La cual permitió conocer prácticas que los empresarios consideran importantes al momento de reclutar y seleccionar personal para su organización.

Metodología

La investigación es de tipo mixta. Este es un paradigma de la investigación científica reciente (en las dos últimas décadas) e implica combinar los enfoques cualitativos y cuantitativos en un mismo estudio, existiendo estudios que demuestran la viabilidad del enfoque mixto en la práctica. Los métodos cualitativos y cuantitativos no son antagónicos, su aplicación depende del tipo de investigación que se realice y la combinación de los dos métodos tiene el propósito de enriquecer y profundizar los resultados de la investigación (Hernández *et al*, 2006:40).

Al respecto Eyssautier (2007:99), menciona el enfoque de investigación mixto utiliza métodos de investigación cuantitativa y cualitativa, como son la encuesta, estudios, descriptivos y concluyentes, observación experimental, entrevistas grupales, métodos visuales, observación de campo, asimismo emplea técnicas como: cuestionarios con preguntas abiertas o cerrada, análisis cualitativo o cuantitativo, escalas de medición y grupo de enfoque, este método nos ayuda a enriquecer la investigación.

Por otro lado en opinión de Hernández¹⁶¹, *et al* (2008) el estudio de caso es “una investigación que mediante los procesos cuantitativo, cualitativo o mixto, se analiza profundamente una unidad para responder al planteamiento del problema, probar hipótesis y desarrollar teoría”. El estudio de caso es un modalidad investigativa que se utiliza ampliamente, con excelente resultados desde los inicios del siglo XX en las ciencias sociales, en especial en la psicología, la educación, la salud, la sociología, la antropología y, de manera reciente, en los campos de la economía y la administración (Bernal 2006:116).

Posterior a la aceptación de parte de los directivos se inició la recolección de campo a través de la observación, entrevistas y la aplicación de cuestionarios. Se obtuvo información relacionada con el reclutamiento, selección de personal, sus procesos y su relevancia, los recursos humanos, entre otros aspectos relevantes, necesarios para la investigación. El proceso de codificación y categorización de la información recabada en el trabajo de campo se realizó apegándose estrictamente a las preguntas, objetivos e hipótesis de investigación, general y específicos; buscando primordialmente dar un orden y sentido a la información recabada, de tal manera que facilitará su análisis e interpretación. Ya recopilada la información mediante los cuestionarios, se les otorgó un tratamiento a través del software Dyane, versión 2.0., que significa: Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados.

161

Información obtenida del capítulo 4 del CD anexo al libro “Metodología de investigación” de los autores Hernández, Fernández y Baptista (2008), quienes en la página 188 recomiendan su consulta para ampliar sobre Estudios de caso.

Resultados

Antecedentes de las MiPyMEs en Culiacán

En esta investigación nos enfocamos en dos premisas de investigación 1) Que las empresas tuvieran como mínimo 2 años de antigüedad y 2) de acuerdo al personal de planta se caracterizaran como MiPyMEs. Encontrando que el promedio de años de las empresas analizadas es de 13.54, mientras que el promedio de empleados de las empresas analizadas es de 36.31. En donde el 70% de las empresas encuestadas no poseen un departamento de recursos humanos y el resto si lo tiene.

El total de empresas encuestadas indican que el 60% no cuenta con manual de funciones e inducción y por otro lado el 62% de las empresas no cuentan con manual de bienvenida al personal recién contratado. Según los directivos, (ver figura 1) los factores que han permitido que el personal permanezca en la organización son:

- Motivación, trabajo en equipo y la comunicación, en menor orden las prestaciones y el liderazgo.

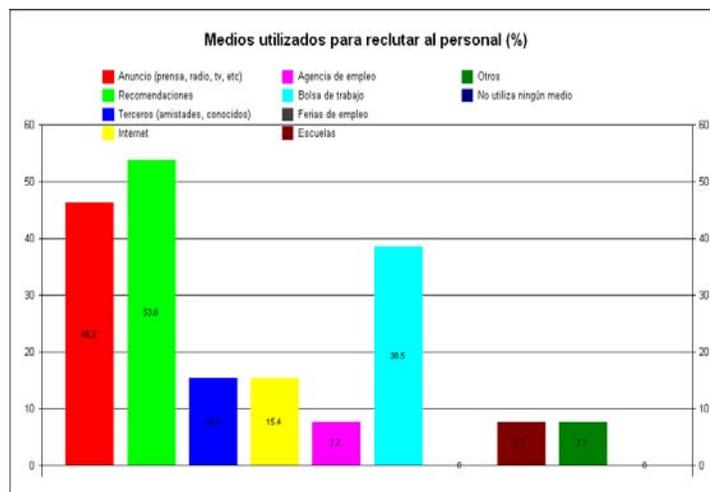
Adicionalmente opinan que los diversos apoyos por parte de la organización que se dan a los empleados desatacan:

- Compensaciones, seguro de gastos médicos, transporte, apoyo para educación y capacitación.

Reclutamiento en las MiPyMEs de Culiacán

El 100% de los entrevistados manifestó que encontrar nuevos empleados para la organización es un desafío. Por lo que recurren a fuentes externas, asimismo los directivos de algunas pequeñas y la mayoría de la mediana empresa manifestaron que consideran útil contar con el apoyo especializado de las cámaras, centros empresariales y oficinas especializadas en este proceso. Al respecto Munch (2007:175) y Barajas (2008:146) señalan que el reclutamiento externo opera con aspirantes que no pertenecen a la organización. Las fuentes externas están constituidas por candidatos que provienen de fuera y más usuales son las bolsas de trabajo, los avisos en prensa, las agencias del empleo y las escuelas entre otras.

Figura 1
Medios utilizados para reclutamiento de personal
en las empresas del sector mueblero



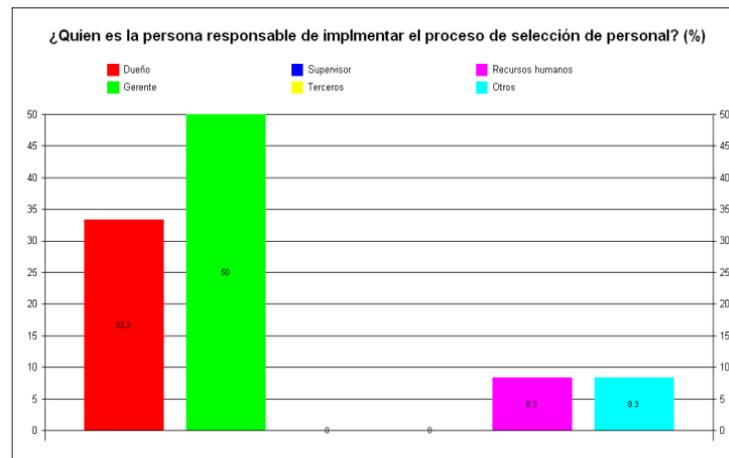
Fuente: elaboracion propia apartir con informacion proporcionada por los directivos.

Los medios más utilizados por las MiPyMEs para reclutar personal (ver figura 1) son: a) las recomendaciones de los empleados, los anuncios en los distintos medio y las bolsas de trabajo y b) en menor frecuencia se utilizan las instituciones diversas, por medio de terceros, internet, agencias de empleo y escuelas como medios para reclutar el personal. Los empleados manifestaron que obtuvieron información sobre la vacante a través de: anuncio en prensa, por la recomendación de un amigo o de un familiar del trabajador de la empresa y en menor frecuencia a través de una bolsa de trabajo.

Selección de personal en las MiPyMEs de Culiacán

En opinión de los directivos respecto a la importancia que le confieren al proceso de selección de personal, la mayoría (60%) expresa que la importancia es alta, mientras que el resto (40%), le confiere una importancia media alta al proceso. En las MiPyMEs las personas encargadas de implementar el proceso de selección en la organización con una frecuencia del 50% es el encargado y los gerentes; en un 33% es el dueño (ver figura 2).

Figura 2
Personal responsable de implementar el proceso de selección de personal en la empresa.

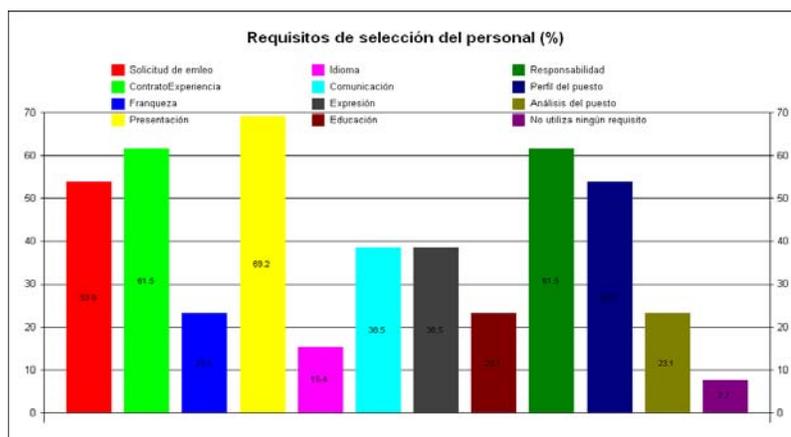


Fuente: elaboracion propia apartir con informacion proporcionada por los directivos

La decisión de a quien contratar en un 50% correspondió a los gerentes y el 21% a los dueños. Mientras que los requisitos de selección del personal que utilizan estas empresas, en opinión de los dueños y gerentes (ver figura 3) son con una frecuencia (69%) la presentación, seguida de la experiencia y responsabilidad (62%) y la solicitud de empleo (52%).

Figura 3

Requisitos que solicitan las empresas al personal durante la selección.



Fuente: elaboración propia a partir con información proporcionada por los directivos.

En cuanto a los requisitos de ingreso los empleados expresaron que la solicitud de empleo (67%) y los comprobantes de domicilio, credencial de elector, número de seguro social entre otros, (53%) son los más solicitados.

Respecto al medio que utiliza el directivo en el proceso de selección, los empleados señalaron que con una frecuencia del (80%) la entrevista, le siguen en orden de importancia la experiencia (13%) y los exámenes de actitud (13%). Mientras que los empleados pronunciaron que en el proceso de selección le dan más importancia a la entrevista y la experiencia. Los directivos señalan que lo más importante son la experiencia y responsabilidad, el perfil del puesto y la solicitud de empleo

Aspectos que valora el empresario en la selección del personal

Los directivos consideran importante para la toma de decisiones en la selección de personal, la entrevista con una frecuencia del (78%), seguido de la capacidad (62%) y la presentación (54%). Se destaca también la disponibilidad (46%). Asimismo, se detectó que la simpatía, la comunicación, expresión y el sentido común, son aspectos que no influyen en la decisión de a que persona contratar.

Los empleados señalan que los aspectos que consideran importantes los propietarios en la contratación son: La disponibilidad (70%), la entrevista (65%), la solicitud de empleo (53%), la experiencia (53%).

En relación a las características aptitudes y valores, los directivos consideran que un prospecto debe poseer con mayor frecuencia la responsabilidad (92%), le sigue la capacidad de servicio y la disposición (83%), el respeto y desempeño (75%).

Características que distinguen al personal eficiente las MiPyMEs de Culiacán

Los empresarios consideran que un prospecto a cubrir una vacante debe poseer con mayor frecuencia la responsabilidad (92%), le sigue la capacidad de servicio y la disposición (83%) respectivamente, y el respeto y desempeño (75%) respectivamente.

Mientras que los empleados señalan que los comportamientos y actitudes más valorados por la empresa, con mayor frecuencia son: la responsabilidad (94%), el respeto (76%), la capacidad de servicio (71%), la disposición (65%), y la flexibilidad (53%).

Realizando un análisis comparativo se encontró que los empleados y directivos coinciden totalmente en que los comportamientos, actitudes y valores que distingue al personal eficiente en su organización son: la responsabilidad, el respeto, la perseverancia, la capacidad de servicio, el desempeño, la lealtad, la prudencia la disposición y la flexibilidad.

Los resultados de esta investigación permitieron responder la *pregunta general*:

¿Cómo son los procesos de reclutamiento y selección del personal en las micros, pequeñas y medianas empresas industriales de Culiacán y cuáles son los aspectos que valora el empresario al momento de la selección del personal, así como los comportamientos, actitudes y valores que distinguen al personal eficiente en la organización?, encontrándose que la mayoría de los empresarios de las mipymes consideran de gran importancia los procesos de reclutamiento y selección, así como que la persona responsable de implementar dichos procesos en las mipymes habitualmente es el gerente o el dueño. Frecuentemente recurren al reclutamiento externo, y lo realizan mediante las recomendaciones (empleados, familia y terceros), anuncios, bolsas de trabajo, y con menor frecuencia hacen uso de internet y agencias de empleo.

Los requisitos que los empresarios utilizan con más frecuencia durante el proceso de selección son: la presentación, la solicitud de empleo, la experiencia, la responsabilidad y el perfil del puesto. Los directivos consideran importante para la toma de decisiones en la selección de su personal, la entrevista con mayor frecuencia, seguido de la capacidad, la presentación, la disponibilidad y la flexibilidad. Detectándose además que la simpatía, la comunicación, expresión y el sentido común, son aspectos que no influyen en la decisión de a qué persona contratar.

Conclusiones

El estudio de caso utilizado, sirvió de artífice para la culminación del presente trabajo. El diseño del estudio, contempla el planteamiento del problema de investigación y por consecuencia las preguntas de investigación, objetivos e hipótesis, permitiendo a través de sus diferentes pasos conocer a profundidad los procesos de reclutamiento y selección de personal en empresas del municipio de Culiacán, Sinaloa.

La mayoría de las MiPyMEs de la industria de muebles y productos relacionados de Culiacán, Sinaloa, no cuentan con un departamento de recursos humanos en su organización. A pesar de que el 75% de los directivos entrevistados le dan una alta importancia al proceso de reclutamiento de personal, de tal manera que son los directivos y los propietarios quienes se encargan de realizar dichos procesos.

Los medios que utilizan las organizaciones para reclutar su personal son en orden de importancia: las recomendaciones, los anuncios en los distintos medios como la prensa, radio, televisión, entre otros, y lo más interesante es que también utilizan las bolsas de trabajo.

La motivación, la comunicación y el trabajo en equipo, son los principales factores que los directivos investigados consideran les han permitido que su personal permanezca en su organización. Por otra

parte, consideran que el estilo de liderazgo empleado por ellos y el sueldo que otorgan no influye para que el personal permanezca en la organización. Las funciones de motivación, comunicación y trabajo en equipo conforman el estilo de liderazgo.

Las prestaciones como compensaciones, seguro de gastos médicos, y el transporte son aspectos que los empresarios de las empresas investigadas consideran han ayudado a mejorar el ambiente laboral entre sus empleados. En cambio consideran que la capacitación, apoyo para educación, cursos, becas y la recreación familiar no son apoyos valorados por su empleados. Aspectos que los empleados de empresas micros, pequeñas y medianas si los consideran apoyos importantes.

BIBLIOGRAFIA

Amaro Guzmán, Raymundo (1990). *Administración de personal*, cuarta reimpresión, Ed. Limusa. México.

Barajas Medina Jorge (2008), *Curso Introductorio a la Administración*, primera reimpresión, Editorial Trillas, México, D.F.

Benavidades Pañeda Javier. (2007) *Administración*, primera edición, Ed. McGraw-Hill Interamericana, México, D.F.

Bernal Torres, Cesar (2006). *Metodología de la Investigación, para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*, segunda edición Ed. Pearson, Educación, México.

Chiavenato, Idalberto (2007). *Administración de recursos humanos, El capital humano de las organizaciones*, octava edición. Editorial McGraw Hill-Interamericana, México, D.F.

Chiavenato, Idalberto, (2001), *Administración de Recursos Humanos*, quinta edición, Ed. McGraw Hill, México D.F.

Eyssautier de la Mora, Maurice. (2007). *Metodología de la Investigación, desarrollo de la Inteligencia*, quinta edición. Ed. Thomson, México, D.F.

Hernández, Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista Lucio, Pilar. (2008) *Metodología de la Investigación*, cuarta edición. Ed. McGraw Hill Interamericana, México D.F.

Hernández, Sampieri, Roberto; Fernández Collado Carlos, Baptista Lucio, Pilar (2006) *Metodología de la Investigación*, tercera edición, Ed. McGraw Hill Interamericana México D.F.

Munch Galindo, Lourdes. (2007). *Administración*, primera edición. Editorial Pearson, Prentice Hall, México, D.F.

Munch Galindo, Lourdes. (2010). *Administración del capital humano: la gestión del activo más valioso de la empresa*, primera reimpresión. Editorial Trillas, México, D.F.

Jonas, Gareth R. & George, Jennifer M. (2007), *Administración contemporánea*, cuarta edición, editorial McGraw-Hill Interamericana, México D.F.

Pérez, Chávez José, Cambero, Guerrero Eladio y Fol, Olgún Raymundo (2007) *Manual para el control integral de nominas*, primera edición, Tax Editores, México D.F.

Robbins P. Stephen & Coulter Mary (2010), *Administración*, Décima Edición, Editorial Pearson Educación, México, D.F.

Rodríguez, Valencia Joaquín, (1998). *Administración Moderna de Personal*, tercera edición, ECAFSA Editores, México.

Tyson, Shaun & York, Alfred, (2007) *Administración de personal*, primera reimpresión, Editorial Trillas, México, D.F.

Werther Jr., William B, Davis, Keith, (1996), *Administración de personal y recursos humanos*, 5ta edición, Ed. McGraw Hill.

REVISTAS

Becerra Pérez, Luis A. (2008), Capital humano descuidado, Revista Visión empresarial Numero 136, p.p. 5. Culiacán, Sinaloa, México.

PERMANENCIA DE PERSONAL EN EQUIPOS DE TRABAJO SOBRE PROYECTOS ESPECÍFICOS

Chávez Rivera Rubén¹, pintachavez@gmail.com, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
González Santoyo Federico, fegosa@gmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Hernández Ojeda Patricia, patricia_20ho@hotmail.com, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen

En este trabajo se propone un modelo para la asignación de proyectos de trabajo para un equipo de trabajo (grupo de líderes), que están estructurados, asignados mediante los métodos de distancia en lógica multivalente y la aplicación de herramientas como el método Húngaro para asignar personal a tareas específicas, programación dinámica para la toma de decisiones con respecto a la permanencia en los proyectos específicos. Además de la capacitación constante como un factor importante en el fortalecimiento del capital humano y el cumplimiento de los objetivos generales de la organización y la relación entre estrategia, metas y recursos con el fin de obtener los mejores resultados. Así mismo, se requiere que estos equipos de trabajo tengan un tiempo de permanencia para evitar vicios y con ello, evitar baja eficiencia y eficacia; para ellos se recurre a la programación dinámica (recursiva) para la toma de decisión en el tiempo de permanencia de los equipos de trabajo. El modelo debe contar con una supervisión constante (grupo de expertos) a través auditorías en la administración de los recursos humanos.

Palabras clave: lógica multivalente, capital humano, equipos de trabajo, programación dinámica (recursiva), grupo de expertos.

Introducción

En este estudio se hará uso de la lógica multivalente, Afirma John Ellsworth (2000), que necesitamos más gente que haya estado en diferentes lugares. Tenemos que ser capaces de atraer gente con experiencias nuevas y el uso de tecnologías que puedan respuestas con mayor velocidad a estos tiempos de cambios constantes y en formas distintas que puedan trabajar con los clientes. Hoy nuestra empresa requiere gente que trabaje con miembros colaboradores en equipo que puedan ser un firme asesor empresarial para los clientes. Tenemos que formarles en el trabajo conjuntamente, supone un cambio radical. Lo que debemos crear es un cuerpo jerárquico de gente colaboradora que entienda la plenitud de la empresa.

Por esa razón la asignación de nivel de capacidades, tomando en consideración los grados, cualidades, características o simplemente singularidades. Por lo que en la incertidumbre se hace a través de valuaciones con números en un intervalo de confianza, donde es expresado precisamente en un intervalo entre $[0,1]$.

Cuando se compara una determinada persona, con el perfil ideal lo que realmente se quiere como resultado no es obtener un resultado de apto o no. Sino más bien es de obtener características y cualidades técnicas. Será necesario de terminar su grado de aptitud, su grado comportamiento profesional, grado de socialización, etc. Por lo tanto, es posible determinar su capacidad global a través de una graduación que puede ser desarrollada por los subconjuntos borrosos, estimando la desviación, la distancia existente entre el perfil ideal y el candidato que se está analizando.

Método de Hamming para selección de criterios

La distancia absoluta de Hamming entre dos subconjuntos difusos \underline{A} Y \underline{B} :

$$\delta(\underline{A}, \underline{B}_j) = 1/n \left(\sum_u |\underline{\mu}_T(Cu) - \mu_{P_j}(Cu)| \right)$$

Para el efecto de las comparaciones se puede recurrir al uso de la denominada distancia de Hamming, de esta manera:

$$\delta(\underline{A}, \underline{B}_j) = 1/n \, d(\underline{A}, \underline{B}_j) = 1/n \sum_{i=1}^n |\mu_i - \mu_j^i|$$

Donde: n = número de características, cualidades y singularidades que existen en el proceso analizado.

μ_i = asignación de los expertos a cada una de las características, cualidades o singularidades que conforma el perfil ideal.

μ_j^i = características, cualidades o singularidades de cada individuo.

Para poder evaluar a través de un rango restringido, se tomara la diferencia de las valuaciones del perfil ideal (μ_i) y la de cada individuo μ_j^i , con valor de ± 0.1 . Se toma éste valor debido a que se está seleccionando a los líderes de las empresas y por tal motivo, el nivel de exigencia para los estos candidatos. Y tomaremos el criterio de penalizar sólo aquellos que no lleguen al nivel deseado y si es sobrepasado será un atributo que el candidato tendrá a las tareas en comendadas en la empresa. De manera que a través de los números borrosos la expresión de Hamming toma la siguiente forma:

$$\delta(\underline{A}, \underline{B}_j) = \frac{1}{n} \sum_v |0 \vee [\mu_i - \mu_{P_j}]|$$

Con esta expresión penalizará aquellos valores que no lleguen al perfil ideal, pero si sobrepasado se premia con el valor de cero, provocando un acercamiento a perfil ideal.

Ahora con el uso de ambos criterios tenemos una ecuación con la composición de estos dos criterios:

$$\eta(\underline{T}, \underline{P}_j) = \frac{1}{(u + v)} \left(\sum_u Z_u |\underline{\mu}_T(Cu) - \mu_{P_j}(Cu)| + \sum_v |0 \vee Z_v [\underline{\mu}_T(Cv) - \mu_{P_j}(Cv)]| \right)$$

La ecuación anterior contempla los dos criterios y sus respectivas ponderaciones para las características, para el caso donde nos se incluyan ponderaciones, simplemente Z_u y Z_v ambas toman el valor de 1.

En el proceso que se lleve para encontrar la mejor evaluación de cada uno de los candidatos, de acuerdo a las funciones y a las características. Y la misma valuación designada por grupo de expertos.

Selección y reclutamiento. El proceso de selección de los recursos humanos se podrá hacer en primera instancia por los métodos tradicionales, Conforme a Chiavenato I. (2000) las técnicas de selección pueden clasificarse en cinco grupos: 1) Entrevista de selección 2) Pruebas de conocimiento y capacidad 3) Pruebas de psicométricas 4) Pruebas de personalidad 5) Técnicas de simulación.

Métodos de distancia. Se puede visualizar que los resultados con el método de Minkowski, para la evaluación de la distancia λ , se tomara como un valor intermedio entre 1 y 2. El motivo es que cuando λ es 1, para la ecuación de Minkowski se convierte igual que la ecuación de Hamming y cuando toma el valor de 2, es la ecuación de Euclides.

Procesamiento y análisis de datos. Es extremadamente recomendable el análisis de datos para tener confiabilidad en la selección del capital humano (Davenport O. T. 2000), por lo que es

necesario la integración de expertos en diferentes áreas de la organización, coordinadas por el área de recursos humanos, haciendo uso del **método Delphi**, han definido los requerimientos mínimos necesarios que deben incluir en el perfil ideal que garantice sea altamente.

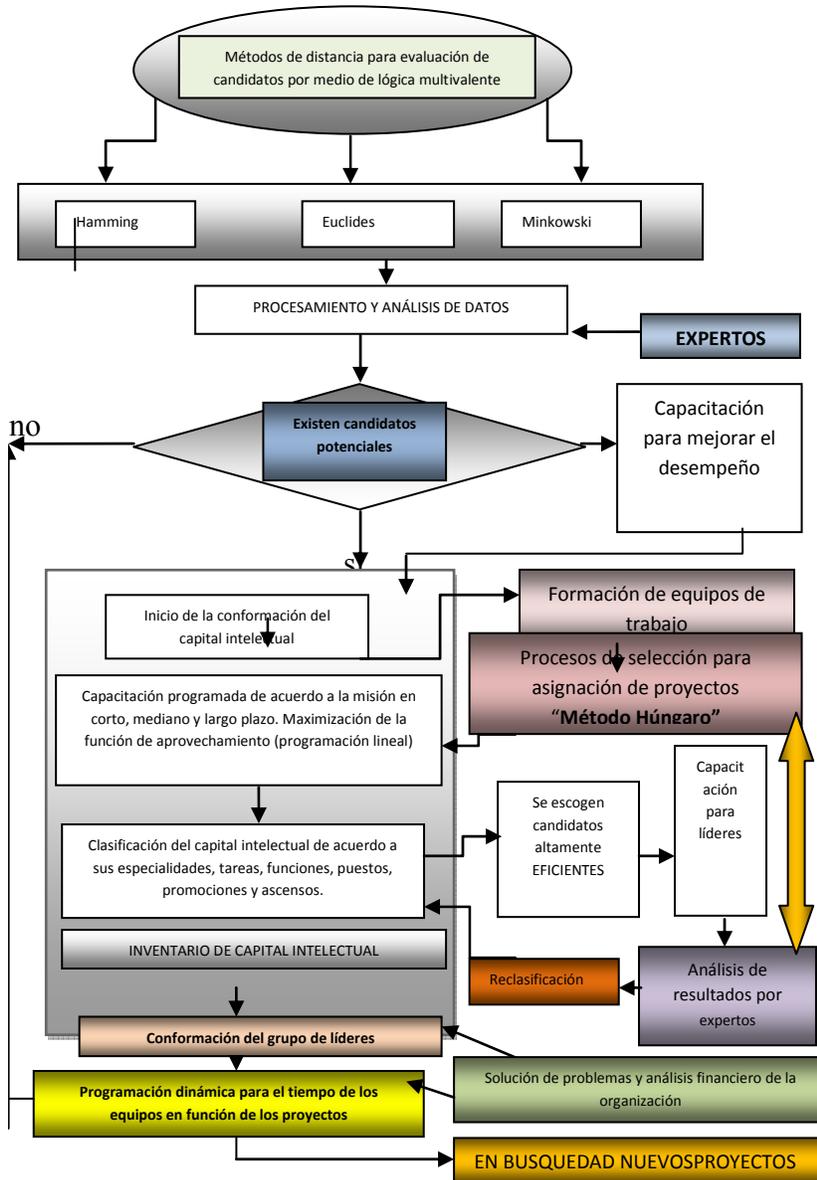
La **selección de expertos** El empleo de expertos, de acuerdo con Kaufmann A., Gil Aluja J (1986), Gil –Lafuente J. (2002), González S. F. et al (2001) las estimaciones formuladas por expertos en el área de trabajo, se basan en las opiniones que emite un grupo de personas ampliamente familiarizadas con las necesidades de recursos humanos a futuro por parte de la organización.

Inventario de capital intelectual. Las auditorias de recursos humanos de una organización, proporcionan un resumen de las habilidades y conocimientos de cada empleado. Las auditorias del personal a nivel inferior al gerencial se concentran en las habilidades de cada individuo, las habilidades a nivel gerencial se enfocan en sus habilidades administrativas. Un resumen de este tipo proporciona a los planificadores una compensación adecuada del potencial que posee la fuerza de trabajo con que cuenta la institución.

Una manera práctica del **inventario de habilidades** de los recursos humanos, hay que dividirlo en cuatro partes, de acuerdo González S. F. (2004): **La primera parte**, debe llenarse con información contenida en el expediente (formación académica, técnica y de habilidades). **La segunda parte**, tiene el objetivo de responsabilidades y preparación de los empleados. **La tercera parte**, un supervisor del empleado resume brevemente el futuro potencial de acuerdo con el desempeño, el grado de preparación. **La cuarta parte**, sirve como una lista de comprobación y para añadir al documento las sucesivas evaluaciones del desempeño del empleado, lo cual puede proporcionar una perspectiva mejor y más completa sobre el administrativo de recursos humanos, expertos y auditores principalmente.

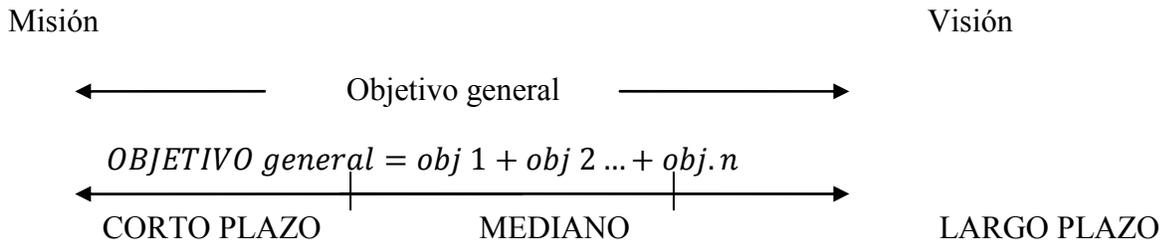
MODELO PROPUESTO

fig.1 Modelo de inventario de capital intelectual



La **programación de capacitación** estará en función de la planeación la organización, se recomienda establecer a través de la maximización de cada uno de las evaluaciones, que tenga que ver con un objetivo general (O_T) el cual significa el ¿qué?, las metas van establecer el ¿cuándo?, las estrategias tendrán que ver con el ¿cómo? Y los recursos con los que cuenta la empresa, es decir ¿con qué? de

acuerdo a los planes establecidos por unidad de tiempo, por lo tanto: Implementación del plan:
Horizonte de planeación de la capacitación



METAS	M1	+	M2	+	M3	+...	+Mn
ESTRATEGIAS	E1	+	E2	+	E3	+...	+En
RECURSOS	R1	+	R2	+	R3	+...	+Rn

$$\sum_{i=1}^n R_i = \sum_{i=1}^n E_i = \sum_{i=1}^n M_i = \text{logro del plan}$$

$$\text{Max } U = \left\{ \sum_{i=1}^n \text{PROYECTO}_i \right\}$$

Para $i=1, 2, 3...+n \in$ presupuesto por parte de la empresa o si existe inversión.

Por medio de la estrategias establecidas para conocer el ¿cómo potencializar el nivel intelectual? De llevar a cabo los planes, a partir del diagnóstico que lleve a identificar la debilidades y amenazas. El fortalecimiento del sistema capacitación para llegar fortalecer sus habilidades del personal y con ello tener oportunidad competitiva que pueda reflejarse en la cadena de valor de la empresa. En este sentido, la función de capacitación personal se podrá reflejar en el desarrollo operativo e intelectual del personal que tengan que ver con el conjunto de proyectos, con ellos se cumplen las metas y consecuentemente los objetivos (O_i), de esta forma se obtendrá proyectos de mejora continua. La satisfacción de los planes establecidos estará directamente con el incremento nivel de utilidad. La inversión de capital intelectual a través del conjunto de proyectos estará en función a la inversión fija, la inversión directa y el costo total:

$$I_{T(P_i)} = I_F + I_D + C_T$$

Donde: $I_{T(P_i)}$ = inversión total por los proyectos i

I_F = inversión fija

I_D = inversión diferida

C_T = costo total

Clasificación del capital intelectual. A través del método Húngaro para asignación de tareas al personal interno para conformar equipos de trabajo y desarrollo de proyectos que lleven al cumplimiento de objetivos y metas de la empresa. Las selección y clasificación se conformaran expedientes de personal que podrá ser, por la parte de individuo sea promovido o ascendido a puestos que le representen mayor retribución económica y de satisfacción, por otra parte, la empresa se puede ser fortalecida con el aprovechamiento de personal sobresaliente para ofrecer asesorías en compañías del mismo ramo, intercambio de tecnologías, canalizar al personal a hacer investigación de planes, productos nuevos que impacten en el mercado y/o a elevar el valor del agregado del producto o servicio.

Conformación del grupo de líderes. Estos grupos estarán conformados por los individuos altamente potenciales, que sean los generadores de nuevos líderes en la organización, que lleven al desarrollo en cada una de las áreas como formación de cuerpos académicos, elaboración de publicaciones y patentes; conformar consensos para solución y análisis financiero de la organización; formación de líderes en la organización y como parte de la complejidad del sistema será en la estructuración redes de líderes que sea los portadores de solución de problemas sociales que se pueden canalizar a través de redes neuronales, que estén evaluados por grafos borrosos.

Programación dinámica en función de los proyectos de los equipos de trabajo

En esta parte y de acuerdo con Taha A. H. (2004) se usará el modelo de reposición de equipo trabajo, en la estructuración de proyectos que cumplan con las necesidades económicas convenientes para la organización en términos de optimización con las actividades de los grupos de líderes que impliquen costos adicionales.

De modo que estaremos hablando de proyectos que se ejecuten en un determinado tiempo y que la fuerza de trabajo y capacidad intelectual por parte de grupo de líderes mínima requerida en el periodo de tiempo i es b_i trabajadores. En condiciones ideales nos gustaría que el tamaño del inventario intelectual de trabajo en el periodo de tiempo i fuera exactamente b_i . Sin embargo, de acuerdo a los parámetros de costo, podría ser más económico dejar que fluctúe el tamaño de la fuerza intelectual de trabajo. Como x_i es la cantidad de capital intelectual (líderes) en el periodo de tiempo i , en ese mismo periodo de tiempo se puede incurrir en dos costos: $C_1(x_i - b_i)$, el costo de mantener el exceso de personal $x_i - b_i$ y $C_2(x_i - x_{i-1})$, el costo de contratar o hacer renovar contratos con salarios competitivos, $x_i - x_{i-1}$ personal adicional.

Los elementos del modelo de programación dinámica se definen de acuerdo Taha A. H. (2004):

1. La etapa de i se representa por el periodo de tiempo i , $i=1, 2, 3 \dots n$
2. Las alternativas en la etapa i son x_i , la cantidad de líderes en el periodo de tiempo i .
3. El estado en cada etapa i se representa por la cantidad de personal disponible en la etapa (periodo) $i - 1$, que es x_{i-1} .

La ecuación recursiva de programación dinámica es:

$$f_l(x_{i-1}) = \min_{x_i \geq b_i} \{C_1(x_i - b_i) + C_2(x_i - x_{i-1}) + f_{i+1}(x_i)\}, \quad l = 1, 2, \dots, n$$

$$f_{n+1}(x_n) \equiv 0$$

Los cálculos comienzan en la etapa n , con $x_n = b_n$ y terminan en la etapa 1.

Ahora consideremos que mientras más tiempo esté en servicio un equipo de trabajo de líderes es posible que pueda caer en vicios y esto provoque que la eficiencia y eficacia disminuyan por lo que es prudente establecer como política de la organización un cierto periodo de tiempo en cada uno de los proyectos y sus líderes intelectuales en el mismo. Ya que el costo de mantenimiento por proyecto es mayor y su productividad menor. Cuando un equipo de trabajo llega a cierta antigüedad será más económico reemplazarlo o hacer intercambio con otros líderes de modo que no permanezcan por mucho tiempo, las mismas personas. Es así que ahora, la situación para nuestra propuesta se reduce en determinar la antigüedad más económica de un equipo de trabajo en función a sus costos de operación y a la efectividad en términos de resultados que se deben estar monitoreando por parte de recursos humanos.

Se considera la reposición de un equipo de trabajo (capital intelectual) durante un lapso de n años. Al inicio de cada año, se debe decidir si se mantiene el equipo de trabajo, se reemplazando se cambia a uno o varios de integrantes de éste. Sean $r(t)$, $c(t)$ y $s(t)$ los ingresos, el costo de operación y el costo de recuperación del proyecto anuales respectivamente en que esté involucrado el equipo de trabajo. El costo de adquisición de un nuevo equipo de trabajo en cualquier año es I .

El modelo de programación dinámica para este caso:

1. La etapa i se representa por el semestre i , $i=1, 2, 3, \dots, n$
2. Las alternativas en la etapa (el año) i son de conservar o reemplazar el equipo de trabajo al comenzar el año i .
3. El estado en la etapa i es la antigüedad del equipo de trabajo al comienzo del semestre i .

Así:

$f_i(t)$ - Ingreso neto máximo para los semestres $t, t+1, \dots, n$

Dado que el equipo de trabajo tiene t semestre de antigüedad al comenzar el semestre i

Por lo tanto, se deduce que la siguiente ecuación recursiva:

$$f_i(t) = \max \left\{ \begin{array}{l} r(t) - c(t) + f_{i+1}(t+1) \text{ si se conserva} \\ r(0) + s(t) - I - c(0) + f_{i+1}(1) \text{ si se reemplaza} \end{array} \right\}$$

$$f_{n+1}(\cdot) = 0$$

Un equipo de trabajo se mide su esfuerzo realizado a través del ingreso que genera para la elaboración de ciertos proyectos en comandados, este equipo de trabajo tiene costos de operación para llevar a cabo cierta tarea relacionadas al proyecto. El grupo de expertos sugiere poner un costo de inversión que a dicho equipo, es decir que en un inicio este equipo de trabajo tiene un costo alto, y conforme va pasando el tiempo, éste valor disminuye, se establece de manera de esta manera para contemplar los efectos de disociación, falta de motivación, conflictos, vicios dentro de equipo, que da como resultados menor de efectividad y poca creatividad para enfrentar nuevos retos al paso del tiempo. Todos estos indicadores tendrán que ser manejados muy de cerca por el administrador de recursos humanos, generando memorias de los indicadores, así generar antecedentes históricos y estadísticos de los grupos de trabajo para proyectos futuros.

CONCLUSIONES

La negociación involucra los aspectos fundamentales como sueldo base, reconocimientos formales, capacitación formal para su carrera dentro de la empresa y a través de una evaluación de acuerdo a su rendimiento obtendrá compensaciones y otros beneficios que mantengan su motivación y permanencia en la organización. En esta parte, del proceso engendra directamente a llevar a un compromiso programático de incrementar la inversión de capital humano ampliando el tiempo de que un individuo pasa en una empresa. Las disposiciones de compensación incentivadoras, en especial aquéllas que destacan criterios específicos de rendimiento, se concentraran más en el empleo. Una vez conformado el equipo de trabajo se deberá checar su permanencia en función a los valores de recuperación de la inversión de este equipo de trabajo de modo de monitorear y controlar la eficiencia de equipo.

REFERENCIAS:

- Arredondo Lani (2002).** “**Sea un comunicador excelente**”. Primera edición en español Mc-Graw-Hill/Interamericana de España, S.A.U. España.
- Bradford D. Smart.** “**El valor del capital humano**” primera edición, Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Chiavenato Adalberto (2000).** “**Administración de Recursos Humanos**”, quinta edición por Mc-Graw-Hill Interamericana, S.A. Colombia.
- Davenport O. Thomas , Bass Jossey (1999)** “Capital humano”, Ediciones Gestión 2000 S.A Barcelona España.
- Deal T. y A. Kennedy (1982)** Corporate cultura the rites an ritual of coporatelife, Addison-Wesley.
- Drucker Peter F., Nakauchi Isao (1997).** “**Tiempo de desafíos/tiempo de reinenciones**”. Editorial Hermes. México.
- Fernández Hatre (2001)** (Fernández H. José Antonio, 2001, The SAP R/3 Handbook, Second Edition, Mc Graw Hill.)
- González Santoyo Federico, Terceño Gómez Antonio,** Flores Romero Beatriz, Díaz Ortíz Rogelio (2005). “**Decisiones Empresariales En La Incertidumbre**”, Universitat Rovira I Virgili (España), FeGoSa-Ingeniería Administrativa y la U.M.S.N.H.
- Gil Aluja Jaime, González Santoyo Federico,** Flores Romero Beatriz, Flores Romero Juan José (2005). “**Techniques and Methodologies for Modelling and Simulation of Sistems.ASME-International Association for Advancement of Modelling and Simulation**”. Lyon France-México.
- Gil Aluja Jaime (1997),** “Marketing para el nuevo mileneo” Ediciones Pirámide, Madrid España.
- Gómez Samaniego Romel (2000).** “**Administración de los Recursos Humanos en Instituciones Educativas**”. Editorial Trillas, S.A. de C.V y ITESM México.
- González Santoyo Federico,** Flores Romero Beatriz, Flores Gómez Juan José (2000).” **La Incertidumbre en la Evaluación Financiera de las Empresas**”. FeGoSa-Ingeniería Administrativa y FCA-UMSNH.
- González Santoyo. F. (2004)** “La gestión de los recursos humanos”, impreso UMSNH, Universitat Rovira I Virgili, México.
- Grant R. M. (1991)** Cotemporary strategy analysis, Blackwell, Oxford . EUA.
- Johansen Bertoglio Oscar (1995).”**Introducción a la teoría general de sistemas”. Editorial Limusa S.A. de C.V. México.
- Kaufmann A., Gil A. J., Terceño G.A. (2001)** “Matemáticas para la economía y la gestión de empresas”, primera edición, edición foro científico, Barcelona, España.
- Noel M. Tichy.** “**Líderes en acción**”, primera edición, México 2003, CECSA.

Nonaka I. Takeuchi H. (1995) the knowlegde-creating company . how Japannese companies create the dynamics y innovation, Oxford University Press, Nueva York.

Pearlin L. I.E.G. Meneghan M.A. (1981) The stress process American Sociological Association, Washington.

Probst G. (1999) “Administre el conocimiento”,

Sánchez Lima Ángel (2001). Planeación estratégica de la capacitación. Trillas S.A. de C.V. México.

Sigismund H. A., Oran H. J. (2002) “El cambio estratégico”, Oxford University, impreso en México.

Strauss George, Sayles R. Leonard (1981). “**Personal**” primera edición por Pentice-Hall Hispanoamericana, S.A. México.

Wayne Mondy R. M. Noe Robert (1997). “**Administración de Recursos Humanos**”. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A. México

EL PENSAMIENTO PROACTIVO COMO VARIABLE ESTRATÉGICA PARA LA COMPETITIVIDAD

Yuritzi Lizeth Gámez Béjar yuryga80@hotmail.com
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Jacqueline Toscano Galeana jaquelinetoscano@hotmail.com
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen

Se propone que la conducta o pensamiento proactivo es una conducta opuesta a la conducta pasiva de la que se habla en el Guión de Vida de Eric Berne.

Se distinguen los conceptos de pensamiento o conducta pasiva, reactiva y proactiva.

Se formula la proactividad como una competencia que se puede entrenar para crear condiciones de su desarrollo en los recursos humanos.

Se estudian las posibilidades de cambio conductual a través de los componentes cognitivos, emocionales, de lenguaje y de acción en la conducta.

Se proponen mecanismos facilitadores del aprendizaje de la conducta proactiva.

Se explican las características de la conducta proactiva y sus posibilidades de desarrollo.

Palabras clave:

Emociones, guión de vida, pensamiento proactivo, pensamiento estratégico, proactividad de personas.

Abstract:

It is proposed that the proactive conduct is a conduct opposite with respect to the passive conduct which Eric Berne sets up in his script of Life.

It is distinguished between the following concepts: passive, reactive and proactive conduct.

It is spoken that the proactivity is a competence witch it can be trained for their development.

It is studied the possibilities of behavioural change through the following components: cognitive, emotional, language and action in the conduct.

It is proposed facilitators mechanisms of the learning of the proactive conduct.

It is explained the features of the proactive conduct and their development possibilities.

Key words:

Emotions, script of life, strategic thought, proactive.

Introducción

La conducta proactiva pretende desarrollar el pensamiento estratégico que movilice la energía motivacional que conduzca a una conducta inteligente soportada en un sistema de valores interno.

Desarrollar una conducta preactiva ayuda afrontar problemas, prever consecuencias y orientarse a la innovación, de manera que se pueda mejorar su perfil de competencias a los retos que plantean los nuevos retos empresariales.

Cada organización define las competencias de una manera diferente y propone una determinada metodología para gestionarlas. Entre las competencias claves casi siempre aparece, trabajo en equipo, liderazgo, orientación al cliente, calidad e innovación. Es importante que el desarrollo de la conducta productiva apueste por ir abandonando determinados mecanismos reactivos e irse aproximando a mecanismos preactivos.

Cuando se quiere entender la diferencia entre reactividad y proactividad se puede decir que el reactivo piensa más en responder (aunque sea responder bien y adecuadamente) y el proactivo que no se preocupa tanto de dar respuestas sino de hacerse preguntas, como cuestiones de, ¿qué estoy haciendo?, ¿Cómo lo estoy haciendo?, ¿Cómo me gustaría hacerlo?, ¿Qué debería cambiar en cosas que creo que en el futuro no van a funcionar?, el proactivo sabe que debe estar visualizando el futuro y se plantea ir cambiando y adaptando la manera de hacer sus actividades. La proactividad tiene una conducta más afirmativa, con mayor autoestima, más autoseguridad y autoconfianza.

Desarrollo

Conductas pasiva, reactiva y preactiva.

Al estudiar el Guión de Vida, los Schiff introdujeron el concepto de Pasividad para indicar la conducta inadecuada que ayuda a mantener la secuencia del guión de vida.

Los estudiosos del Análisis Transaccional conocen las características de la conducta pasiva.

La propuesta que presentamos se enmarca en un contexto de conducta laboral. Hablamos de conducta proactiva como conducta saludable y eficaz en el contexto tecnológico y global en el que estamos inmersos.

Debemos distinguir la conducta proactiva de la conducta reactiva y de la conducta pasiva:

- La conducta pasiva es opuesta a la conducta proactiva. Es una conducta inadecuada e insana. Es la conducta del guión de vida.
- La conducta reactiva es también inadecuada pero no es una conducta dañina o insana sino tan sólo es insuficiente o inadecuada por su falta de adaptación al entorno actual y a su proyección hacia el futuro.

La conducta patológica es la conducta pasiva; en cambio, la conducta reactiva es una respuesta inadecuada porque no tiene en cuenta el contexto y las consecuencias de la actuación.

En entornos dinámicos y cambiantes no podemos conformarnos con reaccionar teniendo en cuenta lo que servía en el pasado; debemos actuar previendo el futuro, vislumbrando lo que creemos que

sucedará, previendo riesgos y oportunidades. Ahí aparece la conducta orientada al futuro. A esta conducta la llamamos proactiva.

El contexto de la proactividad

Los estudios de liderazgo de la segunda mitad del siglo XX abordan lo que BASS llamó liderazgo transaccional (que no tiene nada que ver con el análisis transaccional). El líder actúa como reacción ante las dificultades. Este liderazgo sirvió en contextos más estables, en los que se busca el buen funcionamiento del sistema. Cuando no hay problemas no actúa. Hoy día, la globalización, la competitividad, la introducción de nuevas tecnologías de la información, hacen que si nos conformamos con reaccionar ante las dificultades podemos no sobrevivir. Es una exigencia en los contextos actuales anticiparse, renovar, prever, imaginar, inventar.

Estos contextos exigen comportamientos proactivos. Ya no se trata de responder a preguntas sino de hacerse preguntas. No se trata de dar respuestas conocidas, sino de generar inquietudes para las que no tenemos respuestas previstas.

Hacerse preguntas en cualquier situación. No sólo cuando hay problemas. También pueden existir oportunidades o riesgos.

El arte está en saber preguntar y preguntarse. Por ejemplo, el médico hace preguntas para sacar un diagnóstico; nosotros, sin ser médicos, también podemos hacer preguntas, solo que no podemos hacer un diagnóstico con las respuestas.

Desde el punto de vista del análisis transaccional, consideramos que la conducta pasiva es la conducta del guión de vida. Sus componentes cognitivos, lingüísticos, emocionales y de actividad son inadecuados e insanos.

El elemento cognitivo, pensamiento que descalifica, es inadecuado; se manifiesta en lenguajes de descuento, emociones rebuscadas y conductas pasivas, que nos colocan en malestar psicológico y nos alejan de las manifestaciones saludables de conducta.

En el ámbito empresarial nos interesa considerar las posibilidades de incidir en la conducta, siendo conscientes de que no actuamos con un contexto terapéutico sino productivo, en el que se valora más el impacto de la conducta en los resultados que la salud psicológica del que la realiza.

Disponemos de herramientas para mejorar la conducta laboral: sistemas de retribución e incentivos, políticas de promoción, traslados, etc., evaluación del desempeño laboral, formación, coaching, etc.

Hoy día se considera que la proactividad es una competencia evaluable y modificable.

Si pensáramos que la proactividad es una característica de la manera de ser de la persona no podríamos entrenarla. Si la consideramos una conducta evaluable podemos desarrollarla. Si es una cualidad la persona la tiene o no la tiene. Al considerarla una competencia conductual acepta evaluación, entrenamiento y desarrollo.

El detectar personas proactivas es una tarea de los procesos de selección y de incorporación de personas a la Organización, pero también es un aspecto a desarrollar en los procesos de formación.

La proactividad no es una característica de la persona sino de su conducta como manifestación de su pensamiento, su manera de reaccionar emocionalmente y del lenguaje que utiliza.

Es importante distinguir la proactividad de otras conductas con las que puede confundirse, por ejemplo, agitarse o preocuparse. La persona agitada se mueve mucho pero no va a ninguna parte. Realmente la agitación es una conducta pasiva, no ayuda a desplazarse hacia un objetivo previsto sino que provoca movimientos internos (ansiedad) o externos (andar a prisa) en cualquier dirección.

Pensamiento descalificador

El pensamiento descalifica aspectos de la realidad cuando no es maduro. Lo más grave de un pensamiento es juzgar la realidad sin haber captado aspectos esenciales, sin haber tenido en cuenta estímulos significativos de la misma.

Puede ser también que capte indicadores pero no sabe interpretarlos.
No da significado real al estímulo.

En función de esta interpretación, podrá percibir problema donde lo hay, inventar problemas donde no los hay, o no captar situaciones problemáticas reales.

En función de cómo interpreta los estímulos les dará significación de problema o de no problema.

Ante los problemas hay personas que los detectan, pero no captan las posibilidades de cambio que se pueden producir, las diferentes alternativas u opciones para modificar la realidad y su propia capacidad y responsabilidad para actuar de la manera correcta.

La búsqueda de opciones, las posibilidades de hacer algo, el compromiso de actuar, no se capta en el pensamiento descalificador que genera pasividad.

Algunas personas confunden el síntoma con el problema mismo, es decir, con las causas que subyacen a los síntomas que se manifiestan.

Cuando las causas no son bien detectadas el problema se define mal y su solución es parcial o el problema se vuelve repetitivo.

En función de nuestra capacidad, medios y tiempo para profundizar en las causas de los síntomas, llegaremos al nivel de definición del problema sobre el que luego podremos actuar para solucionarlo.

Cuando está bien definido y se actúa sobre sus causas reales, su solución es más permanente.

En el pensamiento descalificador podemos considerar diferentes niveles de descalificación, podemos descalificar la existencia de estímulos que indican los síntomas, podemos asignar significados inadecuados al problema, nos pueden faltar opciones que posibiliten el cambio de la situación, no

encontrar las herramientas adecuadas para solucionar el problema o nuestro pensamiento puede albergar creencias que limiten nuestra capacidad o responsabilidad de resolución.

Lenguaje reactivo

Captamos el pensamiento descalificador a través del lenguaje reactivo.

El lenguaje reactivo es un lenguaje que frena o dificulta las posibilidades de actuación sobre la realidad. Es un lenguaje frenador. Ejemplos de este lenguaje son: “es imposible”, “no me van a dejar”, “yo soy así”, “no depende de mí”, “que quieres que yo haga”.

Esos lenguajes determinan y condicionan las actuaciones y dificultan el funcionamiento y el bienestar.

Emociones inadecuadas

Hay manifestaciones “rebuscadas” de las emociones. Estas manifestaciones emocionales inadecuadas suelen tener una duración larga y ser poco intensas.

Provocan un malestar bastante permanente. Podemos observar nerviosismo, culpabilizar a otros o culpabilizarse, enfados sin causas aparentes, ironías o sarcasmos que justifican el desapego de la tarea o de otras personas.

Estas manifestaciones emocionales provocan asilamiento y separación de los demás. Dificultan trabajar a gusto, la consecución de resultados y la satisfacción de las personas.

Conductas improductivas

La manera más simple de ser improductivo es no hacer nada.

Hay otra manera inadecuada de reaccionar que es la sobreadaptación. Consiste en responder suponiendo que conocemos las creencias, deseos, o intereses de otra persona.

La sobreadaptación tiene ventajas sociales pero nos dificulta expresar nuestros propios intereses, tomar conciencia de nosotros mismos y dar respuestas adecuadas a la situación.

Encierra la creencia de que puedo adivinar el pensamiento de los demás y responder a sus deseos no expresados.

Estos supuestos conducen a zonas de conflicto en las relaciones interpersonales porque parten de una mala información sobre los datos que la realidad aporta.

La conducta de sobreadaptación provoca interferencias en las fronteras entre los diferentes roles que desempeñamos. Por ejemplo, en ocasiones el colaborador cree que está agradando a su jefe y no es realmente lo que está provocando.

La agitación, como la preocupación, es una conducta que expresa ansiedad o confusión y que provoca movimientos indiscriminados, no dirigidos al objetivo propuesto. La persona se mueve pero no camina.

El último aspecto a considerar en la conducta improductiva y la manifestación más grave de este tipo de conductas es la violencia o incapacitación. Son conductas de ataque, ofensa, castigo o lesiones.

Iniciando la proactividad

Para pasar de una conducta improductiva (pasividad) a la conducta productiva (proactividad), tenemos que iniciar procesos de aprendizaje.

Tratamos de incidir en una realidad orientándonos hacia el futuro, influyendo con un método que posibilite pasar de la conducta pasiva y reactiva a la conducta proactiva.

Nos planteemos cómo intervenir en el proceso de aprendizaje de una nueva conducta posibilitando o influyendo en los diferentes aspectos conductuales para que las personas trabajen más a gusto y con mayor eficacia en su rendimiento.

Los mecanismos facilitadores del aprendizaje consisten en dar protección, permiso y potencia al aprendiz. Por ejemplo, si quieres que un niño aprenda a montar en bicicleta, al principio cuando el niño tiene muy poca habilidad se le protege para que no se dañe y poco a poco se le va soltando y permitiendo su ensayo conductual hasta que va adquiriendo la responsabilidad de su conducta y se va volviendo autónomo e independiente de nuestra protección. Y esto se le transmite con límites claros y normas adecuadas.

La protección es una conducta de ayuda que se basa en dictar las normas y controlar el funcionamiento.

Hay que permitir que se ensaye la conducta como forma de adquirir el aprendizaje. Eso significa que se admite el error como forma de aprender. No podemos hacerlo bien a la primera. Es imposible aprender sin cometer errores.

Con la potencia se refuerzan los aprendizajes adquiridos y la autoestima que corresponde al desarrollo de la habilidad.

A veces hay que actuar con la potencia necesaria para impedir una conducta peligrosa. Hay que establecer límites claros entre lo permitido y lo prohibido.

El facilitador del aprendizaje es el que establece los límites que distinguen lo permitido de lo prohibido.

Pensamiento estratégico

El pensamiento proactivo nos hace conscientes porque capta matices de la realidad que nos ayudan a elegir la opción correcta y realizar la conducta adecuada.

El pensamiento proactivo nos hace más sensibles para captar indicadores o estímulos de la realidad, potencia la búsqueda de significados y las alternativas y opciones de respuesta y el compromiso personal para actuar e intervenir en la realidad para cambiarla.

El pensamiento proactivo nos ayuda a comprometernos en las elecciones que realizamos creando opciones y nuevas posibilidades en las que uno puede intervenir para modificar algún aspecto de la realidad. No estamos determinados aunque sí condicionados por presiones del entorno. El pensamiento proactivo nos abre posibilidades de actuación. Nos hace posibilistas. Abandonamos el “todo” o “nada” para explorar opciones en que podemos hacer “algo”.

Siempre podemos encontrar el medio de intervenir en algún aspecto de la realidad para mejorarla.

Lenguaje proactivo

El pensamiento estratégico se manifiesta a través del lenguaje proactivo: busca posibilidades, procura reenfoques, explora alternativas, asume las propias preferencias, limitaciones y puntos de vista y compromete en la construcción de la realidad.

El lenguaje proactivo es un lenguaje facilitador de las actuaciones y responsabilidades y compromisos personales. Se orienta a modificar, en parte, una realidad que posibilite el futuro deseado. Es un lenguaje más de “para qué” que de “por qué”; se orienta más al futuro que al pasado. Es un lenguaje de compromiso personal.

Emociones auténticas

El Análisis Transaccional (aportación de Fanita English) considera cinco emociones básicas: rabia, tristeza, miedo, alegría y afecto.

Es el cerebro llamado “antiguo” el que nos permite reaccionar instantáneamente, como mecanismo de supervivencia del individuo y de la especie.

Las emociones nos ayudan a sobrevivir, a desarrollarnos y a relacionarnos. Tienen que permitir que sobrevivan los individuos y la especie.

Los mecanismos básicos de supervivencia son el ataque, la inmovilización y la huida. Podríamos decir que el ataque se produce por la emoción de rabia o ira, la inmovilización por la tristeza y la huida por el miedo.

Aparte de sobrevivir como individuos las emociones básicas facilitan nuestro desarrollo como persona y los mecanismos de relación que permiten perpetuar la especie.

La emoción que facilita el entrenamiento que va a permitir nuestro desarrollo es la alegría, porque el entrenamiento se hace jugando, y así se ensayan las conductas.

La emoción del desarrollo es la alegría y su mecanismo básico es el disfrute, lo lúdico. Provoca un estado de ánimo en el que nos merece la pena experimentar.

La emoción que facilita el relacionarnos con los demás para protegernos y reproducirnos es el afecto, la atracción interpersonal, el deseo de estar juntos.

Las emociones auténticas se caracterizan porque se manifiestan con intensidad, brevedad y adecuación al contexto.

El sentido comunitario no solo facilita la reproducción sino también la protección de unos individuos para con otros.

Las emociones de supervivencia son más frecuentes en los contextos organizativos por eso la apuesta de la proactividad enfatiza la necesidad de potenciar y canalizar los aspectos lúdicos y afectivos.

Estas emociones potenciarán la energía motivacional de la conducta proactiva. Que las personas se interesen en lo que hacen, se lo pasen bien realizando la tarea con otras personas.

La conducta proactiva

La conducta proactiva capta posibilidades, interactúa con otros, se dirige a metas alcanzables, asume la propia responsabilidad y se compromete en la acción.

La proactividad es una conducta estratégica que capta la propia posición y la de otros, prevé consecuencias de cada movimiento, genera alternativas, elige alguna de las opciones y se compromete con ella.

Ese pensamiento estratégico se canaliza por la energía motivacional que hace que la persona se interese en su ocupación y viva su compromiso con alegría y afecto, adecuando su conducta al rol que desempeña, con coherencia y actitud negociadora respecto a otras posiciones.

La conducta proactiva permite ensayar conductas, experimentar situaciones novedosas y orientarse a la innovación y al futuro.

Desarrollo de la proactividad

El desarrollo de la proactividad ayuda a afrontar problemas, anticipar consecuencias negativas y riesgos, vislumbrar posibilidades y orientarse a la innovación y al futuro.

Las personas adaptan su conducta para influir en otros y en la situación asumiendo lo no modificable y buscando el éxito y las posibilidades reales de intervención, aceptando los condicionamientos que la realidad impone.

El proactivo se interesa por transformar la realidad movido por sus valores, consciente de su capacidad de influencia y actuando ante las oportunidades que se le presentan. Desde esta actuación va adquiriendo la experiencia necesaria para aceptar los condicionamientos sin sentirse determinado por ellos y ocupándose de los aspectos en los que realmente puede dejar sentir su influencia.

La persona proactiva no sólo soluciona problemas sino que explora posibilidades.

El proactivo desarrolla un optimismo consciente y realista que le facilita disfrutar con lo que hace, buscar el éxito, prever las dificultades, valorar las oportunidades, aprender de los errores y proteger su autoestima.

Así detectamos a las personas proactivas.

Conclusiones

El pensamiento estratégico siempre estará conformado por las actitudes motivacionales y de visión que cada persona desarrolla en base a sus competencias y se distingue por la prevención de acciones que estarán próximas a suceder ya sea por que fueron provocadas por un líder o que el entorno fue pronosticado.

Las emociones concientes y positivas influyen en crear ambientes de conducta proactiva en los recursos humanos se refleja el pensamiento proactivo cuando existe un buen ambiente laboral.

Estímulos importantes de la realidad, emociones “rebuscadas” que dificultan la expresión genuina de nuestras reacciones de supervivencia, desarrollo y relación y un lenguaje de “descuento” que define la realidad como no modificable.

Para salir del guión y cambiar nuestro destino debemos cambiar las conductas pasivas por conductas proactivas. “La persona proactiva construye su realidad” (Piaget, 1971).

Podemos desarrollar los aspectos cognitivos, lingüísticos, emocionales y de actuación de la conducta proactiva, de manera que ayuden a la persona a emitir conductas más adecuadas a su salud psicológica y a su desenvolvimiento social.

La conducta proactiva desarrolla el pensamiento estratégico que moviliza la energía motivacional que conduce a una conducta inteligente soportada en un sistema de valores internos.

Desarrollar una conducta proactiva ayuda a afrontar problemas, prever consecuencias y orientarse a la innovación, de manera que cada persona puede mejorar su perfil de competencias personales y profesionales.

Referencias Bibliográficas:

CHIAVENATO, IDALBERTO (2009) Gestión del Talento Humano. Columbia: Mc Graw Hill.

STEPHEN P. ROBBINS (2004). Comportamiento organizacional. EE.UU: Prentice Hall.

ANDERSON, W. (2006). Aprender a creer en usted mismo. Barcelona: Amat.

BERNE, E. (1996). Análisis Transaccional en Psicoterapia. Buenos Aires: Psique.

SENGE, PETER (1994). La quinta disciplina en la práctica. Barcelona: Granica.

COVEY, S.R. (2004). Los siete hábitos de la gente eficaz. Barcelona: Paidós.

MARTORELL, J. L. (1988). Guiones para vivir. Madrid : P.P.C.

PIAGET, J. (1971): Epistemología y Psicología. Barcelona. Ariel.

STEINER, C. M. (1991). Los guiones que vivimos. Análisis Transaccional de los Guiones de la Vida. Barcelona: Kairós.

LA RELACIÓN ENTRE RENDIMIENTO EMPRESARIAL Y POLÍTICAS DE RECURSOS HUMANOS BASADAS EN COMPETENCIAS EN EL SECTOR TEXTIL Y FINANCIERO ESPAÑOL

Cuauhtémoc Guerrero Dávalos cmgj6819@hotmail.com
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Gerardo Gabriel Villalón Calderón larry_gg@hotmail.com
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

RESUMEN:

El presente trabajo plantea la posibilidad de que la relación entre gestión por competencias como causante de mejores resultados empresariales pueda ser al revés, es decir, que produzca una causalidad inversa, de manera que sean las empresas con buenos resultados empresariales las que pueden permitirse implantar un sistema de gestión por competencias. En este sentido, las principales conclusiones de este trabajo se refieren a la existencia de una relación importante entre la capacidad económica de las empresas españolas y la implantación de la gestión por competencias de acuerdo a los distintos contrastes llevados a cabo con los estadísticos del X^2 , tablas de contingencia, prueba binomial y de diferencia de proporciones a partir del valor de Z.

PALABRAS CLAVE

Gestión por competencias, resultados empresariales, recursos humanos.

ABSTRACT: This work poses the possibility that the relationship between competency management as a cause of business performance may be the work the other way around, that is, as a reverse causality, so that companies with good business results can afford to implement a competency management system. In this sense, the main conclusions of this paper refer to the existence of a significant relationship between the economic capacity of the Spanish companies studied and the introduction of competency management. Different contrasts were carried out, such as the statistical X^2 , contingency tables, binomial test for proportions and differences with the Z value.

KEY WORDS

Competency management, business results, human resources

1. INTRODUCCIÓN

La gestión por competencias es una técnica de recursos humanos que tiene sus antecedentes en los estudios del comportamiento humano en el campo de la Psicología, en donde se destaca los trabajos de McClelland (1973) y sus socios. En ellos, se apunta a las características *innatas* o *subyacentes* de la persona que, en combinación con otros aspectos tales como los conocimientos, habilidades, experiencia y motivación desencadenan desempeños excelentes en la actividad profesional.

De otra parte, en la revisión de la literatura técnica, hemos observado que en los últimos años la aceptación y práctica de esta técnica ha sido un factor distintivo y estratégico del que muchas empresas se valen para conseguir más ventajas que sus competidores, a través de las capacidades individuales enfocadas al puesto de trabajo. Debido a ello, la gestión por competencias es un tema insoslayable en la función de los Recursos Humanos, que influye no sólo en el ámbito de las decisiones empresariales de las organizaciones, sino en otros campos como la educación y la administración pública, inspirando en cierto modo medidas en materia de empleo y formación. En otras palabras, hoy en día no se cuestiona la importancia capital que tiene una efectiva gestión de los Recursos Humanos de la organización para conseguir mejores resultados (Dolan et al. 2003). Por ello, es importante entender, estudiar y desarrollar las técnicas que permitan mejorar en ésta la gestión de las personas. Una de estas técnicas es precisamente la gestión por competencias, el estudio de la cual se aborda en este trabajo.

En el escenario laboral actualmente las competencias son consideradas, en opinión de Wright y Snell (1991), como un activo de las empresas por la conexión que aportan entre la estrategia de la empresa y la gestión de los recursos humanos, porque la competitividad de la empresa puede estar en función de la posesión de éstas. Más aún, dada la situación de globalización, donde la mayoría de las barreras al acceso a todo tipo de recursos organizativos han cambiado de dirección (acceso a la información, tecnología, capital, etc.), la principal fuente de ventaja competitiva pueden ser las personas que componen la empresa (Valverde et al. 2001).

Sin embargo, existen pocas evidencias empíricas de que la gestión por competencias incrementa los resultados de las empresas, a pesar de que existe ya un marco jurídico en el que se contempla que los tres sectores básicos de la sociedad, tales como la administración pública, las empresas y Universidades deben colaborar en la construcción de un Catálogo Nacional de Cualificaciones y Competencias, el cual pueda contribuir a facilitar el desarrollo y la movilidad de los trabajadores, una vez que los aprendizajes formales e informales hayan sido acreditados.

Ante tales consideraciones, esta investigación tiene la finalidad de exponer una relación importante entre la capacidad económica de la empresa y la implementación de la gestión por competencias en sectores concretos, como son los del textil y financiero, como modelos de resultados empresariales inferiores y superiores respectivamente. Se pretende pues, proporcionar evidencia empírica que sea útil para la comprensión de esta técnica de recursos humanos, propuesta por la retórica empresarial y literatura managerial como una técnica a implementar extensivamente, para impactar positivamente los resultados empresariales. Siguiendo a las ideas de autores como Armstrong (1999), Spencer y Spencer (1993), Caveda (1997), Wood y Payne (1999), hemos analizado que las empresas que tienen

mejores resultados económicos tienen implementado en mayor medida un sistema de gestión por competencias en sus procesos y funciones de recursos humanos.

2. LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN BASE A COMPETENCIAS

En este apartado se describen los principales elementos de la gestión por competencias, para ilustrar tanto su relevancia y utilidad para la gestión integrada y estratégica de recursos humanos, como la complejidad del proceso para implantar tal sistema de gestión. Este proceso, en base a las propuestas de autores como Alles (2004), Hay Group (1996), Lira (2005) y Ernst & Young Consultores (1998) puede establecerse en seis pasos, a saber:

<p>A) Establecer criterios de desempeño.</p>	<p>“...esta etapa consiste básicamente en establecer los criterios de eficiencia superior en el desempeño profesional de la tarea de estudio” (Lira, 2005:97). Seleccionar el tipo de competencias es clave para ello. Por ejemplo, el diseño de competencias para un puesto de trabajo relacionado con aspectos predominantemente emocionales: Competencias de autocontrol, empatía, etc.</p>
<p>B) Determinar una muestra de candidatos.</p>	<p>Con la información resultante de los criterios de desempeño, se lleva a cabo un contraste con las competencias de los individuos para establecer un diferencial de sujetos que mostraron comportamientos superiores, promedio y por debajo de lo normal.</p>
<p>C) Obtener información.</p>	<p>En esta fase se utilizan diversas técnicas para identificar aquellos comportamientos que impactan el desempeño de las personas consideradas exitosas. Estas consisten en “Entrevistas de competencias”, como la de incidentes críticos (BEI-Behavioural Event Interview). Otras técnicas que se utilizan son las “Pruebas situacionales”, Discusión en grupos, observación y las técnicas de los “Assessment centers”.</p>
<p>D) Analizar los datos y definir conceptos.</p>	<p>Para Lira (2005:14) “esta etapa consiste básicamente en identificar qué características poseen las personas de desempeño superior y que son las que permiten comportarse de tal manera”. La intervención de los expertos es esencial ya que una de las técnicas utilizadas es el “Análisis temático para la construcción de competencias”, cuya finalidad es la medir empíricamente, a través del instrumental estadístico, la significación de las diferencias que se detectan en los comportamientos observados entre los que mostraron actuaciones superiores y promedio en el puesto de trabajo. Esto finalmente conducirá a la elaboración de un <i>diccionario de competencias</i>.</p>
<p>E) Contrastar los resultados del modelo de competencias.</p>	<p>Existe una evaluación en la que se intenta medir el estado competencial de las personas de la empresa, utilizando las herramientas para ello, como las que se mencionan en la fase “C”. Se recomienda que las técnicas utilizadas como “Discusión en grupos”, “Entrevista de competencias”, etc; se apliquen a nuevos grupos de empleados a fin de comprobar si las competencias detectadas efectivamente se relacionan con desempeños superiores en la encomienda de tareas.</p>

<p>F) Implementar un modelo de competencias en los recursos humanos.</p>	<p>En esta última fase, Merle (1994:47) sostiene que es “una acción decisiva en la actualidad, en lo que supone como voluntad de anticipación de necesidades de cualificaciones y de identificación de competencias estratégicas por adquirir”. Los recursos humanos gestionados por competencias tendrán en todo caso una función específica en cada uno de sus procesos. Concretamente, la introducción de este modelo a los procesos de “reclutamiento y selección” la organización partirá en principio de evaluar a los candidatos en base a los criterios competencias de los puestos de trabajo previamente establecidos, y posteriormente aplicar las diversas técnicas ya mencionadas para identificar competencias, con la firme intención de tener evidencias que le permitan clarificar los criterios de aceptación o rechazo en la contratación de los nuevos empleados. En la “Gestión del desempeño”, el involucramiento de las competencias en definitiva tendrá que superar la visión tradicional de los sistemas basados en los “rasgos y los resultados”, proporcionando criterios más objetivos. En una palabra, la evaluación del desempeño en base a competencias supera a los modelos tradicionales por su elevado razonamiento de análisis de cada uno de los factores que están directamente relacionados a la efectividad de la actuación de los empleados en las áreas de trabajo.</p>
---	---

En definitiva, la gestión por competencias empieza por la identificación de los comportamientos que desarrollan las personas más eficientes en la empresa, de tal manera que se puedan incorporar estos comportamientos en las diferentes políticas de recursos humanos. Así, en un proceso de selección por competencias, tanto se tendrán en cuenta las cualificaciones de los empleados como sus habilidades demostradas por pruebas o simulaciones. Para las acciones de formación, se tendrá en cuenta no solamente que los empleados adquieran unos conocimientos, sino también las necesarias habilidades y experiencias para poder realizar su trabajo con los comportamientos que han sido identificados como competencias para el puesto de trabajo. En la evaluación del desempeño, igualmente, no solamente se tendrá en cuenta si el empleado lo hace “bien” o “mal”, sin posibilidad de mejorar su rendimiento, sino que se considerará si sus comportamientos han sido similares a los que la organización considera necesarios en su catálogo de competencias. De esta manera, la detección de comportamientos no adecuados puede claramente identificarse para mejorar el rendimiento de los empleados. Igualmente, en los casos de la gestión de las retribuciones, la gestión por competencias puede utilizarse para establecer incentivos incluso en puestos de trabajo donde los outputs sean difíciles de medir. Así, se podrán ligar incentivos no solamente a la consecución de ciertos objetivos (por ejemplo, en el caso de personal de ventas), sino también al desarrollo de competencias (por ejemplo, en el caso de personal de oficinas). Finalmente, la gestión por competencias también puede utilizarse para las decisiones de promoción y desvinculación de la empresa. En definitiva, esta técnica puede utilizarse transversalmente para todas las políticas de recursos humanos, con el valor añadido que ayuda a su integración, ya que todas ellas se basarán en los mismos parámetros identificados por las competencias. Además, orienta claramente la dirección que deben tomar los esfuerzos de los empleados, ya que tienen claramente identificados los comportamientos que deben desarrollar.

3. GESTIÓN POR COMPETENCIAS Y RESULTADOS EMPRESARIALES: REALMENTE UNA RELACIÓN CAUSA-EFECTO?

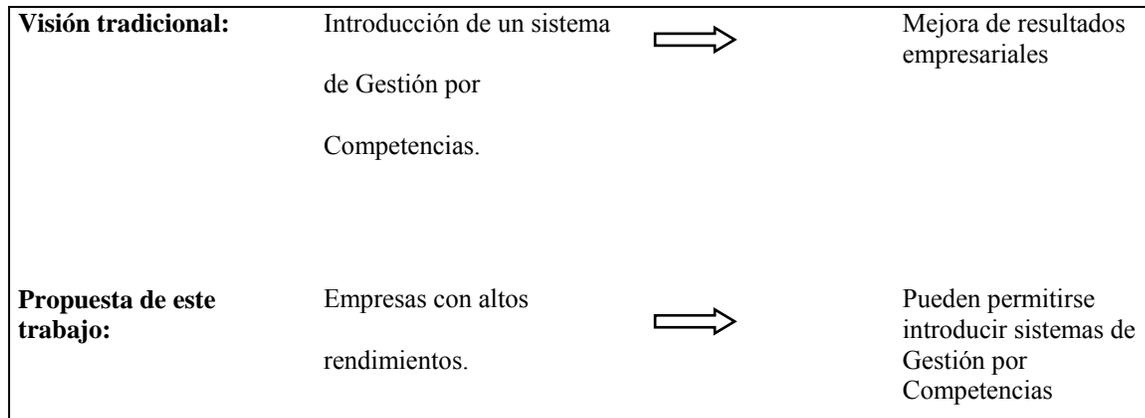
Numerosos estudios muestran una visión estratégica de las competencias individuales y su relación con los resultados económicos de las empresas, arguyendo que generan ciertas ventajas competitivas, como las que el mismo Grant (1995) señala como activos intangibles. Concretamente, autores como: Pfeffer (1994); Wright y McMahan (1992); Lado y Wilson (1994) y De Saá y García (2001), reconocen que la implicación de las competencias en los diversos procesos de recursos humanos, fortalecen la consecución de los objetivos de la organización. El mensaje es claro, se crea una ventaja competitiva al gestionar los recursos humanos de una manera efectiva, partiendo de la base en la que los empleados poseen determinadas competencias, las cuales indiscutiblemente, bien gestionadas, contribuirán a la consecución de los objetivos organizacionales. Es decir, se enfatiza la conexión del rol de los comportamientos adecuados (competencias individuales) y los resultados de la organización. Específicamente, en los trabajos de Arthur (1994), Huselid (1995), Green (2000), Claver et al. (1996), Wright y Snell (1991), Ulrich (1997, 2000) y Macduffie (1995), se pone en evidencia que estos resultados organizativos positivos provienen de las prácticas de recursos humanos centrados en los comportamientos de los empleados, en diversos aspectos como. Ahora bien, estos resultados se han medido en función de variables como: Incremento en la productividad, reducción del absentismo, fortalecimiento de compromiso de pertenencia en la organización, disminución de conflictos laborales, disminución de la rotación de personal y resultados financieros positivos, (incremento de conocimientos y habilidades que afectará las utilidades).

El análisis llevado a cabo en el presente trabajo no cuestiona los planteamientos provenientes de la visión estratégica de los recursos humanos, o el mero supuesto de que la gestión por competencias contribuye a mejorar el rendimiento de los empleados y de las organizaciones, dado que existe evidencia de ello (De Saá y García, 2001). Sin embargo, sí se hace hincapié en el hecho de que otros estudios muestran que la implantación de sistemas de gestión por competencias ha originado procesos costosos y prolongados (CEOE, 2002; Menéndez, 2001; Gick y Pallares, 1997) relacionándose esto con la visión de Armstrong (1999) y de otros autores como Spencer y Spencer (1993); Caveda (1997); Wood y Payne (1999); Salgado y Moscoso (2001); De Ansorena (1999); Moloney (2001), en la que el análisis de la evaluación de las competencias de los empleados puede consumir tiempo y dinero, apuntando que el proceso de implantación del sistema de gestión por competencias no siempre llega a su fin, o bien no produce los cambios deseados para la organización.

Con ello, se propone considerar la posibilidad de la existencia de una relación de causalidad inversa entre los resultados de la empresa y las técnicas de gestión de recursos humanos basadas en competencias. Ello sería debido a que la implantación de un sistema de gestión por competencias puede involucrar una gran variedad y cantidad de análisis para identificar y evaluar las competencias de sus empleados -siendo algunas de éstas de un coste elevado-, proceso que generalmente consume tiempo y dinero antes de producir algún indicador de mejora.

Es decir, así como tradicionalmente se ha considerado que la introducción de un sistema de gestión por competencias llevaba a una mejora de los resultados de la empresa, en este trabajo se propone la hipótesis de que son precisamente únicamente las empresas que ya han obtenido previamente altos

rendimientos las que pueden permitirse tener un sistema de gestión por competencias en sus sistemas de recursos humanos, de manera que sólo aquellas empresas con un estatus económico alto, representado por un margen de beneficios importante, estarían en posibilidad de tener implantado un sistema de competencias.



Por lo tanto, ante las consideraciones efectuadas en relación al elevado coste que representa aplicar un sistema de gestión por competencias en la gestión de recursos humanos, y dado que los procesos de análisis suelen ser prolongados y complejos, la hipótesis general de trabajo para este estudio establecería lo siguiente:

H: *Las empresas con buenos rendimientos tienen mayor probabilidad de tener implantados sistemas de gestión por competencias.*

Asimismo, se desagrega esta hipótesis principal en tres subhipótesis atendiendo a la medición que se pretende realizar en relación a los resultados de las empresas y la gestión por competencias.

Subhipótesis:

H1: *Los sectores empresariales con mejores rendimientos tienen una proporción de empresas con sistemas de gestión por competencias mayor que los sectores con rendimientos desfavorables.*

H2: *Dentro de las empresas que tienen mayores rendimientos, es mayor la proporción de las que tienen Gestión por Competencias que considerando el conjunto de todas ellas.*

H3: *Dentro de las empresas que tienen menores rendimientos es mayor la proporción de las que no tienen competencias respecto de las que sí.*

4. ANÁLISIS EMPÍRICO: METODOLOGÍA.

Para contrastar las hipótesis planteadas, se planteó el diseño de un trabajo empírico en el que tanto las pruebas a contrastar como la muestra de empresas a cuestionar pudieran tener información ilustrativa del tema tratado.

4.1. Selección de la población y unidades de análisis

Por ello, se seleccionaron dos grupos de sectores económicos radicalmente distintos en base a sus resultados generales en el territorio español: uno perteneciente al sector textil, y otro, conformado por las instituciones financieras. Siendo este último, de acuerdo a la literatura, un sector que no sólo obtiene buenos resultados, sino que ha revolucionado la gestión de sus recursos humanos en las últimas décadas, a causa del proceso de liberalización y competencia en el que se ha visto inmerso los últimos años, dándole así una vital importancia a su personal como factor clave de su éxito empresarial (De Saá y García, 2001). En el caso del sector textil, en cambio, ocurre todo lo contrario, ya que la crisis financiera, paulatinamente ha comenzado a hacer estragos en las economías de este sector (Tremosa y Trigo, 2003); además del inminente riesgo de la desaparición de muchas empresas, por la difícil situación que les ha supuesto afrontar los procesos de liberación y globalización, que han resultado en una competencia importantísima por parte de otros países, especialmente China.

Para que las muestras de los dos sectores fueran comparables, se optó por incluir en el listado de empresas textiles únicamente aquellas que contaban con 40 o más empleados. Este número coincide con el de las empresas más pequeñas del sector de cajas y bancos. La decisión de excluir a micro y pequeñas empresas se debe también al hecho de que éstos cuentan pocas veces con sistemas formalizados de gestión de recursos humanos de manera que sería difícil distinguir si la utilización de gestión por competencias estaría debida simplemente a no contar con un sistema formal de gestión de recursos humanos.

En el sector textil, partiendo de la base de datos SABI 2004, formada por una población de 10,000 empresas de este sector distribuidas en todo el territorio español, se extrajo una población de 929 empresas que reunían estas características. En relación a las bases de datos para seleccionar a las instituciones financieras, se recurrió a consultar las bases de datos en Internet de Organizaciones como: la Confederación de Cajas de Ahorro (CECA), La Asociación Española de Banca (AEB) y Unión Nacional de Cooperativas de Crédito (UNACC), optándose por encuestar a toda la población, conformada por un total de 239 instituciones

4.2. Recogida de información

Como técnica de recogida de datos se utilizó el cuestionario. Se diseñó un cuestionario específico para este estudio, donde se preguntaba sobre la utilización de la gestión por competencias en diversas políticas de recursos humanos, así como sobre los resultados empresariales de la organización.

El proceso de recopilación de los datos estuvo planificado a través del siguiente proceso: En la primera fase, se procedió a revisar los datos de referencia y de contacto de las empresas a encuestar, así como datos secundarios, mediante la recopilación de datos estadísticos de las distintas Organizaciones como la CEOE (Confederación Española de Organizaciones Empresariales), CECA, UNACC, AEB, INE (Instituto Nacional de estadística) y SABI (base de datos compuesta por 190,000 empresas españolas), así como artículos de revistas especializadas, que permitió obtener información muy importante sobre las cuestiones objeto de nuestra investigación. En la segunda fase, de acuerdo a las valoraciones efectuadas, se procedió a diseñar un cuestionario, como principal fuente para recopilar información, el cual fue formateado también en la página web (<http://proyectocompetencias.esp.cc>), con la finalidad de que las empresas que se pretendía encuestar -al momento de contactar telefónicamente con ellas- pudieran elegir entre una forma convencional de correo o simplemente recibir un mensaje de correo electrónico con la dirección de la web, y así facilitar su cumplimentación, dado que muchas empresas actualmente utilizan preferentemente Internet en lugar de la forma tradicional de mensajería. Finalmente, se procedió a establecer contacto telefónico con una de cada dos empresas del listado de la población total -respetando un guión que previamente se había diseñado- con las empresas encuestadas, para tratar de conseguir el máximo de respuesta posible, diferenciado claramente por tres momentos. En el primer contacto telefónico, se les pidió a las personas que atendieron la llamada, el nombre del responsable del departamento de recursos humanos, o su equivalente, y la confirmación de sus datos personales, con la finalidad de que el cuestionario tuviera un destinatario que asumiera, en mayor medida, una responsabilidad directa con la recepción y la cumplimentación del cuestionario, intentando disminuir así la incertidumbre. Después se estableció nuevamente contacto para solicitar nuevamente la colaboración de los encuestados. Sin embargo, al establecer el segundo contacto con las empresas a las que se les solicitó la información, se tuvo que recurrir a un tercer momento, por la razón de que muchas de estas empresas pertenecientes a los dos sectores, cambiaron de opinión sobre la forma de responder la encuesta por los medios previamente establecidos, aun y cuando muchas de ellas desde el primer contacto habían accedido responder. Es así, que el tercer contacto telefónico llevado a cabo con los responsables de las áreas de recursos humanos tuvo lugar una vez que estos estuvieron de acuerdo para que la aplicación del cuestionario fuera vía telefónica, a lo que accedieron sólo 67 empresas del sector textil y 3 instituciones del sector financiero. Este trabajo de campo se llevó a cabo en el período entre el 01 de junio y el 05 de diciembre del 2004.

Adicionalmente, y debido al lapso de tiempo ocurrido entre esta recogida de datos para el cuestionario y la actualidad, durante el año 2010 se llevó a cabo un proceso de entrevistas telefónicas con una submuestra de las organizaciones que respondieron al cuestionario original, con el objetivo de comparar los datos entre los dos períodos, así como de conocer las motivaciones de la utilización o no de la gestión por competencias por parte de dichas empresas, y su evolución ocurrida en este período.

4.3. Muestra

La muestra obtenida contiene 133 empresas del sector textil y 32 del sector financiero, representando un ratio de respuesta del 28.66 % y 26.89 % respectivamente. Estas muestras se consideran representativas de la población objeto de estudio. Es decir, tanto de las 929 compañías del sector textil como de las 239 instituciones financieras en su carácter de poblaciones objetivo, de acuerdo a

la efectividad del contacto realizado, se consiguió establecer una base de datos de 464 empresas del sector textil y 119 entidades del sector financiero, tomando el criterio de seleccionar en forma aleatoria una de cada dos empresas del listado. No obstante, de la muestra obtenida en el sector financiero hubo que desechar dos de ellos, debido a la falta de consistencia interna de los datos. Por lo que al final sólo se utilizaron los 30 restantes sobre el total de la muestra de las instituciones del ramo. Igualmente, en la muestra obtenida de empresas textiles hubo que desechar 4 cuestionarios de los recibidos por Internet y correo postal, por carecer de datos coherentes. Por consiguiente, sólo se utilizó la información de 129 cuestionarios restantes en las empresas textiles. Finalmente, se destaca el hecho de que el conjunto de las entidades financieras que componen la muestra final representan un total de 446, 467 millones de euros (lo que supone un 33% de los activos totales del sector) y emplean a más de 80,000 personas (representando así un 36% del total). Esta muestra (disponible a través de los autores) se considera muy satisfactoria, ya que el cuestionario contenía preguntas relacionadas con los resultados de las organizaciones encuestadas, lo que representa una información sensitiva y, por tanto, aumentando el riesgo de una baja tasa de respuesta.

4.4. Medición de Variables

Las variables que se han seleccionado para ser incluidas en esta investigación, fueron producto de una revisión de la literatura relacionada con temas de recursos humanos, y sobre todo, con la gestión por competencias, lo que permitió extraer distintas preguntas y variables para cada una de las dimensiones que han sido medidas, a través de un cuestionario organizado en cuatro secciones. Específicamente, para realizar el contraste de la hipótesis planteada en este estudio, sólo utilizamos las siguientes variables:

Políticas de recursos humanos y competencias. En la primera sección de la encuesta, se consideran aquellas prácticas y políticas de RRHH que de acuerdo a literatura, tanto teórica como empírica, tienen relación con la gestión por competencias. Concretamente, esta variable está relacionada con el nivel de implantación de competencias en las empresas investigadas. En efecto, tras haber revisado diversos trabajos relacionados (CEOE, 2002; Horton, 2000a y Horton, 2000b; Boam y Sparrow, 1992; Pereda y Berrocal, 1999; Boyatzis, 1982; Rodríguez, 1999; Dolan et al. 2003; Parry, 1996; Goleman, 2002; Gick y Pallares, 1997; Menéndez, 2001; Melián, 1995; Mitrani et al; 1992; HayGroup, 1996; Llopart, 1997; Levy-Leboyer, 1997), se optó por incluir en la primera sección del cuestionario 17 preguntas, donde se abordan aspectos relacionados con el nivel de implantación de la gestión por competencias en las políticas de recursos humanos, destacando la pregunta que indica la existencia o no de un sistema de competencias entre las políticas de recursos humanos de la empresa. Se incluyen en esta sección algunas cuestiones para extraer información sobre el tipo de actores que participan en el proceso, el tipo de competencias que poseen, y finalmente la temporalización en el desarrollo de esta técnica de recursos humanos.

El tipo de preguntas utilizado en función del diseño del cuestionario relacionada con “Políticas de Recursos Humanos y Competencias” fueron en su mayoría de orden nominal, con la excepción de que la pregunta 4 consistió en representarla por medio de ocho escalas subjetivas del tipo Likert con 7 puntos, que permitía medir el grado de implantación de la gestión por competencias de las empresas encuestadas con respecto a cada uno de los pares de afirmaciones relacionados con las políticas de recursos humanos, exclusivamente para tratar de comprobar el nivel de aplicación de competencias no formalizada en los procesos de recursos humanos.

Rendimiento empresarial. Los ítems de esta sección se plantearon para medir los rendimientos de las empresas por medio de una escala de tipo nominal, porque según constata la literatura (De Saá y García, 2001; Flavián et al; 1998), no existe un acuerdo homologado entre los analistas acerca de cómo medir los resultados. Se pudo haber optado por incluir el ratio de la “rentabilidad económica” por ser este un ratio de vital importancia, que según Walsh (2000) es esencial para obtener una buena rentabilidad financiera. Sin embargo, las principales razones que llevaron a desecharlo para realizar esta investigación, en orden de importancia son básicamente tres. La primera de ellas es que cuando se hizo la planeación del trabajo empírico de esta investigación, se observó una falta de datos sobre los estados financieros de las empresas de uno de los sectores analizados (sector textil), ya que de acuerdo a los principios de contabilidad y normas de información financiera, el ratio de la rentabilidad corporativa (rentabilidad económica) no es requisito publicar en todas las formas jurídicas (Sociedades anónimas, Sociedades Limitas y Sociedades cooperativas) contenidas en la muestra. La segunda razón es que las bases para determinar los ratios en ambos sectores estudiados toman un criterio diferente. La tercera y última razón es que al formular la pregunta en escala ordinal, se intentó que fuera más fácil cumplimentarla, y ésta tuviera una mejor acogida entre las empresas encuestadas, y así evitar que fuera rechazada de haber elegido una opción más directa, ya que su diseño sólo expresa el margen existente entre los ingresos y los costos obtenidos en los últimos 3 años con respecto a los resultados de las empresas. Hacerlo de esta manera, ha contribuido a que el análisis no se viera influenciado por las opiniones referentes a un sólo año, en nuestro caso el 2004, en el que pudieran haber incidido cierto tipo de eventos extraordinarios. Otros estudios (p.e. Brewster et al; 2003) han apuntado a la bondad de los indicadores indirectos de los resultados de las empresas, por conseguir ratios de respuesta mucho más elevados sin distorsionar la información que se podría haber obtenido con indicadores financieros.

4.5. Modelo Analítico

Se utilizaron estadísticos descriptivos para medir el nivel de frecuencias de cada una de las variables del cuestionario, y poder realizar un análisis comparativo entre ambos sectores. Posteriormente se analizaron algunas variables por medio de estadísticos para verificar la hipótesis de partida, en la que principalmente se verificó la existencia de diferencias significativas entre proporciones de las categorías más altas de las variables de resultados y la gestión por competencias, utilizando la prueba de la *Binomial*¹⁶² y la prueba de la diferencia entre dos proporciones, como un caso especial entre dos medias. Posteriormente, con el objeto de conocer el grado de asociación entre la variable dependiente gestión por competencias y la independiente resultados de las empresas, se emplearon medidas direccionales, simétricas y asimétricas a través de los coeficientes: *Chi-cuadrado de Pearson, Lambda, Tau de Goodman y Kruskal, Coeficiente de incertidumbre, Phi, Cramer y Coeficiente de Contingencia*. Es decir, utilizando los estadísticos antes mencionados se contrastó el grado de asociación entre las variables de gestión por competencias y los rendimientos de las empresas en forma individual utilizando las tablas de contingencia en ambos sectores. Sin embargo, ante la ausencia de datos en algunas de las celdas de las tablas de contingencia, este tipo de prueba no cumplió con ciertos requisitos, excepto cuando los datos se analizaron en forma conjunta, es

162

Hemos decidido utilizar este tipo de prueba, debido a que en el contraste de las proporciones de las empresas de los sectores investigados en forma individual, los valores de “N” son pequeños ($N \leq 5$). Por tanto, de acuerdo a Visauta y Batallé (1991:217) para los valores de “p” y “q” calculamos la función de distribución de la ley binomial para un valor “k” determinado.

decir, se reagruparon las columnas para que la información no apareciera distorsionada dado que había frecuencias inferiores a la unidad e inferiores a un valor de 5.¹⁶³

5. RESULTADOS

Los resultados alcanzados en este estudio muestran que sólo el 12% de las empresas *textiles* utilizan sistemas de gestión por competencias; mientras que las del sector *financiero* lo hacen en un 43% (Véase tabla 1). En este sentido, se destaca que de acuerdo a los distintos contrastes llevados a cabo con los estadísticos utilizados, existe una relación importante entre la capacidad económica de las empresas investigadas (en base a los sectores con altos y bajos rendimientos) y la implantación de gestión por competencias (véase las tablas 1, 2 y 4).

Tabla 1. Cálculo del error típico de las proporciones globales de las empresas textiles y financieras

Diferencia entre proporciones						
Cálculo del error típico de las proporciones de las empresas textiles y financieras que exclusivamente manifestaron que si tenían competencias	Categoría	N	P1	Q2	Valor típico	
Tiene sistema GC?	Grupo 1 (FIN)	SI	30	.43	.57	3.87 (a)
	Grupo 2 (TEX)	SI	129	.12	.88	
	Total		159	P1	Q2	
Cálculo del error típico de las proporciones de los Rendimientos globales de las empresas textiles y financieras que si tienen gestión por competencias						
Tiene sistema GC?	Grupo 1 (GL)	SI	28	.61	.39	4,81a
	Grupo 2 (GL)	NO	131	.16	.84	
	Total		159	P1	Q2	

163

Para Visauta (2002) tanto el estadístico del X^2 como su probabilidad pueden verse distorsionados si la tabla no cumple ciertas condiciones como pueden ser el hecho de que las frecuencias denominadas teóricas o esperadas en cada una de las celdas de la tabla no alcancen un valor determinado. De hecho el sistema SPSS reporta al pie de la tabla el número de celdas con frecuencias teóricas u esperadas con valores inferiores a 5 y el tanto por ciento que suponen sobre el total. Es decir, estos valores son en realidad los que se esperaría obtener como promedio de acuerdo a la distribución poblacional, respecto de los valores que se observan en realidad en la muestra.

a Basado en la aproximación Z. Significativo a partir de 1,65
(FIN) sector financiero
(TEX) sector textil
(GL) Muestra conjunta o global

En relación a la primera subhipótesis que planteaba *que los sectores empresariales con mejores rendimientos tienen una proporción de empresas con sistemas de gestión por competencias mayor que los sectores con rendimientos desfavorables*, los resultados indican tal dirección dado que, según puede observarse en la tabla 1, el grado de implantación es mucho mayor en el sector financiero que en el textil. Es decir, hay una diferencia significativa entre las proporciones de las empresas investigadas por el valor expresado en z.

Tabla 2: Prueba binomial para mayores y menores rendimientos de las empresas textiles y financieras

Total	Tiene sistema GC?		RES RENDI MIENT	sistema GC?			MAYO RES RENDI MIENT	Categoría	
	Grupo 2	Grupo 1		t	p	p			S
30	1	29		1	3	9	4	TEX (N)	
5		5		2	1	1	3	FIN (N)	
31	1	30		3	2	2	1	GL (N)	
1,000000	,033333	,966667		8	1	7	7	propor	
1,000		1,000		0	2	4	5	observa	
1,000000	,032258	,967742		0	8	2	2	da	
		,116000		0	2	7	7		
		,433					6	Prop. de prueba	
		,176000					4		
		,000					3		
		,015					6		
		,000					0	Sig. exacta (unilateral)	
							5		
							2		
							4		
							0		
							0		

ueba binomial

A continuación se contrasta la segunda subhipótesis, que planteaba *que dentro de las empresas que tienen mayores rendimientos, había una mayor proporción de empresas con gestión por competencias, respecto del conjunto de todas ellas*. Los contrastes realizados en la prueba Binomial (véase tabla 2) realizados en forma individual para los sectores estudiados no mostraron valores estadísticamente significativos. Sin embargo, cuando se efectuó el contraste de las variables estudiadas en forma conjunta de las empresas, los resultados revelaron una probabilidad mayor de poseer un sistema de gestión por competencias cuando las empresas tienen mayores rendimientos.

Tabla 3: Contingencia de la gestión por competencias en el sector textil y financiero

COMPAÑÍAS TEXTILES Y FINANCIERAS																								
		rendimiento de la organización																		Total				
		los ingresos han superado a los costes			los ingresos han sido suficientes para lograr un modesto beneficio			los ingresos igualan a los costes			los ingresos son insuficientes para cubrir los costes			los ingresos han sido mucho menores que los costes			No sabe/no responde							
		TE X	FIN	GL	TE X	FIN	GL	TE X	FI N	GL	TE X	FIN	GL	TE X	FI N	GL	TE X	FI N	GL	TE X	FIN	GL		
Tiene sistema GC?	Si	Recuento	4	13	17	9		9	1		1							1		1	15	13	28	
		% fila	26,7	100,0	60,7	60,0		32,1	6,7		3,6							6,7		3,6	100,0	100,0	100,0	
		% columna	30,8	52,0	44,7	12,7		12,0	6,7		6,7								10,0		10,0	11,6	43,3	17,6
		% tabla	3,1	43,3	10,7	7,0		5,7	,8		,6								,8		,6	11,6	43,3	17,6
	No	Recuento	9	12	21	62	4	66	14		14	19	1	20	1		1	9		9	114	17	131	
		% fila	7,9	70,6	16,0	54,4	23,5	50,4	12,3		10,7	16,7	5,9	15,3	,9		,8	7,9		6,9	100,0	100,0	100,0	
		% columna	69,2	48,0	55,3	87,3	100,0	88,0	93,3		93,3	100,0	100,0	100,0	100,0		100,0	90,0		90,0	88,4	56,7	82,4	
		% tabla	7,0	40,0	13,2	48,1	13,3	41,5	10,9		8,8	14,7	3,3	12,6	,8		,6	7,0		5,7	88,4	56,7	82,4	
Total	Recuento	13	25	38	71	4	75	15		15	19	1	20	1		1	10		10	129	30	159		
	% fila	10,1	83,3	23,9	55,0	13,3	47,2	11,6		9,4	14,7	3,3	12,6	,8		,6	7,8		6,3	100,0	100,0	100,0		
	% columna	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0		100,0	100,0		100,0	100,0	100,0	100,0		
	% tabla	10,1	83,3	23,9	55,0	13,3	47,2	11,6		9,4	14,7	3,3	12,6	,8		,6	7,8		6,3	100,0	100,0	100,0		

Ahora bien, en la misma dirección de la segunda subhipótesis, pese a que los valores de la tabla 3 en la segunda fila (26% y 60%, sector textil y 100% sector financiero) en forma individual no son estadísticamente significativos, muestran que a medida que incrementa el nivel de ingresos en las empresas investigadas los porcentajes de las empresas que poseen gestión por competencias es mayor respecto de las que no tienen este sistema. Asimismo, los contrastes efectuados de forma conjunta (véase tabla 4) precisamente señalan la existencia de una relación, aunque moderada, por haber obtenido valores ligeramente superiores a 40% entre las variables de “rendimiento de la organización” y la “implantación de gestión por competencias”. Finalmente, los valores estadísticos como: *Tau de Goodman y Kruskal* y *Coficiente de Incertidumbre* de acuerdo a su lógica direccional, aún y cuando muestran valores muy reducidos, también confirman la existencia de una relación entre las variables estudiadas. En la misma tabla 4, el valor expresado en el *Chi-cuadrado* indica la

existencia de una correlación débil, entre la variable dicotómica de gestión por competencias y el rendimiento de la organización.

Tabla 4 Prueba del Chi-cuadrado, simétricas y direccionales

MUESTRA	Prueba estadística	Dependiente	Valor	gl	Razón de verosimilitud	No. de casos válidos
TEXTIL (TEX)	Chi-cuadrado		3,537 (NS)	1	5,980 (NS)	104
FINANCIERA (FIN)	Chi-cuadrado		,791 (NS)	1	1,162 (NS)	30
MUESTRA GLOBAL (GL)	Chi-cuadrado		26,757**	3	25,070**	159
MUESTRA GLOBAL (GL)	Phi		,410**			159
MUESTRA GLOBAL (GL)	V de Cramer		,410**			159
MUESTRA GLOBAL (GL)	Coefficiente de contingencia		,380**			159
	Lambda	Simétrica	,071(NS)			159
MUESTRA GLOBAL (GL)		Tiene sistema GC?	,000 (NS)			
MUESTRA GLOBAL (GL)		Rendimiento de la organización	,095			
	Tau de Goodman y Kruskal	Simétrica				159
		Tiene sistema GC?	,168**			
MUESTRA GLOBAL (GL)		Rendimiento de la organización	,063			
MUESTRA GLOBAL (GL)	Coefficiente de incertidumbre	Simétrica	,094**			159
MUESTRA GLOBAL (GL)		Tiene sistema GC?	,169**			
MUESTRA GLOBAL (GL)		Rendimiento de la organización	,065			

***p<.005 **p<.001**

(NS) No significativos (GL) Muestra Global (TEX) Muestra Textil (FIN) Muestra Financiera

Por último, se contrastó la tercera subhipótesis, la cual establecía *que las empresas con menores rendimientos tenían una mayor probabilidad de no tener gestión por competencias*. En este sentido, se consideraron las diferencias entre las proporciones de los valores observados y esperados en la variable dicotómica, es decir, el valor de las proporciones de las empresas que tienen o no competencias, respecto de los porcentajes obtenidos en las categorías de menores rendimientos. El resultado de dicha prueba es bastante significativo, indicando así, que a medida que los rendimientos decrecen, se incrementa la probabilidad de no tener un sistema basado en competencias (véase la tabla 2), confirmando nuestra suposición de que estas empresas están ocupadas en otros asuntos más apremiantes que no en la introducción e implantación de un sistema que, aunque con gran potencial, necesitará tiempo y dinero antes de que revierta en resultados para la empresa.

Confirmando estos resultados, las entrevistas realizadas más recientemente ilustran casos en los cuales la lógica propuesta se ve reforzada. Así, continuamos encontrando más empresas del sector bancario que en el sector textil que continúan teniendo un sistema de gestión por competencias. Por tanto, en general a nivel de sector, continúa confirmándose nuestra primera subhipótesis. Más interesante es, incluso, en relación a las siguientes subhipótesis, el hecho de que algunas instituciones del sector bancario que durante este período de tiempo se han visto sujetas a reestructuraciones (en un caso) y a fusiones (en otro caso) debido a la actual situación de crisis, han perdido en este tránsito algunos de los aspectos de su sistema de gestión por competencias. Así, en el caso de fusión, no solamente se eliminó el sistema, sino también la propia sección de desarrollo del departamento de recursos humanos que se había encargado de implantarla. Y en el otro caso, se continúan utilizando las competencias identificadas para orientar los comportamientos de los empleados, pero éstas han dejado de estar vinculadas al sistema de retribución, demostrando en este caso una eliminación parcial del sistema de gestión por competencias cuando la situación económica de la empresa ha empeorado.

6. CONCLUSIONES

De acuerdo con la revisión de la literatura y los objetivos enmarcados en el diseño y análisis de los datos de esta investigación, se desprenden las siguientes conclusiones:

En la desagregación de la primera subhipótesis se expresa que: *los sectores empresariales con mejores rendimientos tienen una proporción de empresas con sistemas de gestión por competencias mayor que los sectores con rendimientos desfavorables*. En este sentido, la información obtenida del contraste realizado, indica que los sectores empresariales con buenos resultados son sujetos potenciales a tener implantado un sistema de gestión por competencias, toda vez que al comparar las proporciones entre los sectores estudiados, la diferencia entre ambos es considerable. En todo caso, considerando que en este estudio sólo se analizan dos sectores con resultados antagónicos, los resultados obtenidos deben verse como una aportación que en cierto modo contribuye a lo que esta subhipótesis propone (véase la tabla 1).

En relación a la segunda subhipótesis, la cual planteaba que: *Dentro de las empresas que tienen mayores rendimientos, es mayor la proporción de las que tienen Gestión por competencias que considerando el conjunto de todas ellas*. En este caso debemos destacar que de acuerdo al contraste

realizado, y el propósito que comprende principalmente la causalidad inversa¹⁶⁴ en cuanto a la gestión por competencias y los rendimientos de las empresas, los resultados indican que es mayor la probabilidad de tener un sistema de competencias en las empresas con mayores rendimientos, aunque sólo en el conjunto de las empresas investigadas. Por lo tanto, ante los hallazgos encontrados, se puede considerar que no hay evidencias para afirmar que las variables anteriormente mencionadas son independientes (véase las tablas 2, 3 y 4).

El contraste de la tercera subhipótesis, en la que se planteaba que: *Dentro de las empresas que tienen menores rendimientos es mayor la proporción de las que no tienen competencias respecto de las que sí*, derivada de la hipótesis principal, también contribuye al mismo objetivo, debido a que las diferencias observadas entre las proporciones obtenidas de las distintas tablas de contingencia, y la prueba de la *Binomial* así lo expresan (véase la tabla 2).

Sin embargo, no se pudieron obtener resultados significativos de los contrastes realizados de forma independiente para la primera subhipótesis, a través de las pruebas *Binomial* y del *Chi-cuadrado*, en las empresas de los sectores investigados, lo cual puede ser debido, entre otras razones, a que, al analizar los valores de las empresas investigadas en forma individual, los datos obtenidos estarían reflejando que, a pesar de ser mayor la proporción de empresas que sí tienen competencias respecto de las que no, tal y como se muestra en la tabla 3, faltarían más datos tanto para las empresas textiles como las financieras que pudieran relacionar a ambas variables en una dimensión particular, dado que los estadísticos como el *Chi-cuadrado* son muy sensibles cuando las celdas y las frecuencias esperadas o teóricas presentan valores inferiores a 5 en más de un 20 por ciento respecto del total de los valores contenidos en la tablas de contingencia; aunque al intentar reagrupar los datos, el valor de este estadístico se ve afectado por la pérdida de grados de libertad.

De modo que, de la lectura de los resultados de estos análisis se puede considerar que se aportan datos para considerar con una confianza del $p=001$, que las variables contrastadas son dependientes.

Consecuentemente, estos resultados pueden ser indicativos, además, de que en sectores como el financiero a diferencia del textil, la gestión por competencias a pesar de ser una técnica cuya implementación puede requerir una gran inversión económica por la complejidad de muchas de las técnicas que se utilizan, tiene una mejor acogida en este tipo de empresas, debido al proceso de liberalización y competencia en el que se han visto inmersas en los últimos años (De Saá y García, 2001), y porque en ellas se presenta un mejor escenario económico y organizacional para implantarla, dado que la conformación de sus plantillas de personal, así como el tipo de servicio que ofrecen, tiene como principal objetivo mejorar su calidad, para que ello contribuya a conseguir su éxito empresarial. Este hecho está relacionado con la implementación de diversos planes en los que estas instituciones han buscado incrementar la profesionalización y competencia de sus recursos humanos, a fin de poder afianzarse y ganar el futuro, según Balcells (1993), con lo cual nosotros

¹⁶⁴ Se había señalado que a partir de los descubrimientos realizados por autores como Arthur (1994); De Saá (1999, 2001); Ulrich (1997); Wright et al. (1994); Lado y Wilson (1994) los comportamientos de los empleados impactan de manera positiva los resultados de las empresas. Sin embargo, cuando nos referimos a la causalidad inversa, significa que el sistema de "gestión por competencias" al estar basada igualmente en los comportamientos sobresalientes de los empleados, a partir de lo que se propone, de acuerdo a literatura, no sigue esa dirección, sino la que sugiere que las empresas con mayores rendimientos son las que pueden permitirse el coste de tiempo y dinero para implantar este tipo de técnica.

estamos de acuerdo. Finalmente, Brown (1998) citado por Armstrong (1999:305) señala que un sistema de competencias es más apropiado en organizaciones donde son claves las habilidades y las conductas de los empleados, sobre todo aquellos de mayor conocimiento y profesionalidad.

Por lo que, partiendo de la información contenida en tales evidencias, se considera que se aportan datos en favor de lo que sugiere la literatura (Menéndez, 2001; Gick y Pallares, 1997; Spencer y Spencer, 1993; Salgado y Moscoso, 2001; Pereda y Berrocal, 2001; De Ansorena, 1999; Moloney, 2001; Levy-Leboyer, 1997; Armstrong, 1999), en relación a que la implantación de la gestión por competencias implica una serie de procedimientos, los cuales involucran un volumen importante de documentación especializada, por la gran variedad de técnicas y análisis (BEI, Assessment Centers, Entrevistas en profundidad, etc.) que se requieren para identificar y evaluar las competencias en los empleados. Debido a ello, las empresas deben invertir tiempo y dinero para conseguir resultados satisfactorios. Infiriéndose por lo tanto, que la probabilidad de poseer un sistema de gestión por competencias es mayor en aquellas empresas que tienen mayores rendimientos, y por tanto, pueden permitirse invertir en políticas a medio y largo plazo, en comparación con las empresas con resultados inferiores, donde los esfuerzos están orientados a mejorar la situación en un plazo más inmediato.

El presente trabajo de investigación comprende, por tanto, importantes **implicaciones** que están relacionadas con los siguientes aspectos:

Desde el punto de vista práctico, se considera que los resultados obtenidos en este trabajo pueden proporcionar a las empresas investigadas, sobre todo en aquellas que aún no poseen este sistema, una visión más amplia sobre algunas de las ventajas e inconvenientes de la gestión por competencias, porque ante la preeminencia del marco jurídico de Cualificaciones y Competencias que se pretende establecer en diversos países, es conveniente que se tenga más información de las implicaciones científicas y materiales de la gestión por competencias. De modo que, los responsables de los recursos humanos de estas compañías puedan tener un referente para elaborar un plan estratégico, en el que se analice si las condiciones organizacionales y económicas están dadas para poder optar por este sistema. Sin embargo, implica una consideración económica que debe analizarse por parte de las empresas dado que la inversión en este sistema en cierto modo es costosa y compleja de implementar, más apta para empresas que tienen formalizadas sus políticas de recursos humanos y con un nivel de rentabilidad importante.

Finalmente, existe plena conciencia que realizar este trabajo de investigación, ha supuesto afrontar diversas **limitaciones**, que pueden ser superadas en **futuras investigaciones**. En referencia a la muestra, no es posible generalizar los resultados alcanzados en este estudio a toda la población de los sectores investigados. Esto fue debido a que el universo de trabajo de las compañías textiles comprendió exclusivamente las que tenían de 40 empleados en adelante, descartando así a las PYMEs. Igualmente para las empresas del sector financiero, dado que sólo se analizaron tres subsectores de este ramo conformado por: Bancos, Cajas de ahorro y Cajas rurales. Por lo que los resultados sólo pueden ser extrapolables a estas últimas. Y, máxime cuando este último está compuesto por una muestra de 30 instituciones, que si bien en términos de recursos humanos y monetarios es representativo, siempre será mejor tener el mayor número de empresas posible. Además, sería necesaria la replicación y ampliación del mismo en otros sectores empresariales, para contrastar los resultados alcanzados de esta investigación en otros contextos.

En segundo lugar, se puede decir que existen otros indicadores que pudieran haber sido utilizados para la medida de los resultados empresariales, tales como los ratios de rentabilidad económica (corporativa) o financiera, con los cuales se podrían haber efectuado otro tipo de contrastes. Sin embargo, por la falta de consistencia y publicidad de este tipo de datos no fue posible incluirlos para su análisis. Especialmente por la falta de información de las empresas del sector textil, quizá debido a las dificultades por las que atraviesa actualmente, y la precariedad administrativa prevaleciente en una proporción importante de estas empresas.

También es necesario apuntar que, al utilizar los cuestionarios se ha tenido que limitar especialmente el número de preguntas en aras de conseguir el mayor número de respuesta posible para medir las variables. Es por ello, que sugerimos la realización de futuras investigaciones que traten de desarrollar un estudio de la gestión por competencias con las instituciones financieras exclusivamente, utilizando los ratios financieros y económicos, calculando la variación media interanual como factor de análisis diferencial en donde se lleven a cabo más análisis con respecto a este tipo de indicadores y la implantación de esta técnica. Con ello, se podría realizar a su vez estudios de tipo longitudinal, en los cuales se pudiera medir los resultados de las empresas, a través de sus distintos ratios, antes y después de la implantación de esta técnica.

Como conclusión, y en referencia a la hipótesis de causalidad inversa, cabe admitir que los medios analíticos son limitados para establecer una relación causa-efecto. Sin embargo, las pruebas que se han realizado en este estudio son similares a las que otros estudios de recursos humanos utilizan para argumentar la relación contraria. El estudio ha conseguido, por tanto, cuestionar la presunción que de entrada se permite a muchos estudios que pretenden relacionar la introducción de una técnica o política con una mejora de los resultados empresariales. Queda abierta, pues, la posibilidad de que gestión por competencias y mejores resultados financieros puedan ser ambos tanto la causa como la consecuencia del otro.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Armstrong, M. (1999):** *Employee reward*. Londres. Chartered Institute of personnel and Development.
- Arthur, J.B. (1994) :** “Effects of human resource systems on manufacturing performance and turnover”. *Academy of Management Journal*. Vol. 37, No. 3, pp. 670-687.
- Balcells, J. (1993):** “Los nuevos requisitos de la formación del personal para las entidades bancarias”. *Papeles de Economía Española*. No.54, pp.112-115.
- Boam, R. y Sparrow, P. (1992):** *Designing and Achieving Competency: A competency-Based Approach to Developing People and Organizations*. Inglaterra. McGraw-Hill.
- Boyatzis, R. (1982):** *The Competent Manager*. New York. John Wiley and Sons.
- Brewster, Ch; Wolfgang, M; y Morley, M. (2003):** *Nuevos Desafíos para la Gestión de los Recursos Humanos en Europa*. Madrid. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Caveda, F. J.L. (1997):** *Manual del director de Recursos Humanos*. Madrid. CIS.
- CEOE (Confederación Española de Organizaciones Empresariales) (2002):** *La gestión por competencias en España: Informe para el observatorio europeo de gestión por competencias*. España. Departamento de Relaciones laborales.
- Claver, C. E; Gascó, G.L; y Llopis, T. J. (1996):** *Los recursos humanos en la empresa: un enfoque directivo*. Madrid. Editorial Civitas.
- De Ansorena, A. (1999):** *15 pasos para la selección de personal con éxito: métodos e instrumentos*. Barcelona. Paidós empresa.
- De Saá, P; García Falcón, J.M. (2001):** “El sistema de recursos humanos y el desarrollo de capacidades organizativas: una aplicación empírica en el sector de las cajas de ahorro españolas”. *Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas*. No.8 pp.109-137.
- Dolan, S. L; Valle C.R; Jackson, E.S; Schuler, S. R. (2003):** *La gestión de los recursos humanos: preparando profesionales para el siglo XXI*. Madrid. McGraw Hill.
- Flavián, C; Fuentes, L; y Polo, Y. (1998):** “Comportamiento estratégico y rivalidad entre cajas de ahorro”. *Empresa y economía institucional*. ACEDE. Las Palmas de Gran Canaria.
- Gick, A; y Pallares, T. (1997):** “Las competencias en el trabajo: ¿Qué está pasando en Europa?”. *Capital Humano*, No. 99, abril, pp.43-48.
- Goleman, D. (2002) :** *La Práctica de la Inteligencia Emocional*. Barcelona. Editorial Kairós.
- Grant, R. (1995):** *Dirección estratégica*. Madrid. Civitas.
- Green, F. (2000):** “The impact of company human resource policies on social skills: implications for training sponsorship, quit rates and efficiency wages”. *Scottish Journal of Political Economy*, Vol. 47, No. 3, pp. 251-272.
- HayGroup (1996):** *Las competencias: clave para una gestión integrada de los recursos humanos*. Bilbao. Ediciones Deusto.
- Horton, S. (2000a):** “Introduction –the competency movement: Its origins and impact on the public sector”. *The International Journal of Public Sector Management*, Vol. 13, No. 4, pp. 306-318.
- Horton, S. (2000b):** “Competency management in the British civil service”. *The international Journal of Public Sector Management*, Vol. 13, No. 4, pp. 354-368.
- Huselid, M.A. (1995):** “The Impact of Human Resource Management Practices on Turnover, Productivity, and Corporate Financial Performance”. *Academy of Management Journal*, Vol. 38, No. 3, pp. 635-672.
- Lado, A. A. y Wilson, M. (1994):** “Human Resource Systems and Sustained Competitive Advantage: A competency-based perspective”. *Academy of Management Review*, Vol. 19, No. 4, pp. 699-727.

- Levy-Leboyer, C. (1997):** *Gestión de las competencias*. Barcelona. Gestión 2000.
- Llopart, P. X. (1997):** *La gestión de los recursos humanos en base a competencias*, tesis doctoral, Departamento de Economía y Organización de Empresas, UAB, Barcelona.
- Macduffie, J.P.(1995):** “Human resource bundles and manufacturing performance: organizational logic and flexible production systems in the world auto industry”. *Industrial and Labor Relations Review*. Vol. 48, No. 2, pp.197-221.
- McClelland, C. D. (1973):** “Testing for competence rather than for intelligence”. *American psychologist*. January: 1-15.
- Melián, S. (1995):** *La selección de personal: propuesta metodológica y validación empírica*, tesis doctoral, Departamento de Economía de Empresas, Universidad de las Palmas de Gran Canaria.
- Menéndez, V. J. (2001):** “Gestión por competencias en España: Reflexiones desde el Observatorio Europeo de Gestión por Competencias”. *Aedipe*, No.19, diciembre, pp.30-45.
- Mitrani, A., Murray, M.D., y Suárez, I. (1992):** *Las competencias: clave para una gestión integrada de los recursos humanos*. Bilbao. Ediciones Deusto.
- Moloney, K. (2001):** “Las entrevistas de análisis del comportamiento y los marcos de competencias”. *Aedipe*, No. 16, marzo, pp.39-44.
- Parry, S.B. (1996):** “The Quest for Competences”. *Training*, Vol. 33 No. 7, pp. 48-56.
- Pereda, S., y Berrocal, F. (1999):** *Gestión de recursos humanos por competencias*. Madrid. Editorial Centro de estudios Ramón Areces, S.A.
- Pfeffer, J. (1994) :** “Competitive Advantage Through People”. *California Management Review*, Winter pp.9-28.
- Rodríguez, T.N.(1999):** “Selección efectiva de personal basada en competencias: XXVII Congreso Internacional de Psicología (Caracas, Venezuela)”.[servicio en línea] <http://www.abacolombia.org.co/organizaciones/selección.htm> [consultada: 6 de junio de 2002].
- Salgado, J., y Moscoso, S. (2001):** *Entrevista Conductual Estructurada de Selección de Personal*. Madrid. Pirámide.
- Spencer, M.L.; y Spencer M.S. (1993):** *Competence at Work: models for superior performance*. New York. John Wiley and Sons, Inc.
- Tremosa, R; Trigo, J. (2003):** “La empresa textil española en el contexto europeo”. *Boletín económico de ICE*, No.2768 del 5 al 11 de mayo, pp.1-10.
- Ulrich, D. (1997):** “Measuring human resources: an overview of practice and a prescription for results”. *Human Resource Management*, Vol. 36, No. 3, pp.303-320.
- Ulrich, D. (2000):** *Evaluación de Resultados*. Barcelona. Ediciones Granica.
- Valverde, A. M; Marín, F. M; y Orduña, P. J.(2001):** *Introducció a la Gestió de Recursos Humans*. Barcelona. Edicions de la Universitat Oberta de Catalunya.
- Visauta, B. (2002):** *Análisis Estadístico con SPSS para Windows*. Madrid. McGraw Hill.
- Visauta, B. y Batallé, P. (1991):** *Métodos Estadísticos Aplicados: tomo I estadística descriptiva*. Barcelona. PPU.
- Walsh, C. (2000):** *Ratios Fundamentales de Gestión Empresarial*. Madrid. Prentice Hall.
- Wood, R. y Payne, T. (1999):** *Competency Based Recruitment and Selection: A practical guide*. Gran Bretaña. John Wiley & Sons.
- Wright, P.M. y McMahan, C. (1992):** “Theoretical Perspectives for Strategic Human Resource Management”. *Journal of Management*, Vol. 18, No. 2, pp. 295-320.
- Wright, P.M. y Snell, A. S. (1991):** “Toward an integrative view of strategic human resource management”. *Human Resource Management Review*. Vol. 1, No. 3, pp. 203-225.

ANÁLISIS DEL RÉGIMEN OBLIGATORIO DEL LA LEY DEL ISSSTE.

Gerardo Gabriel Villalón Calderón larry_gg@hotmail.com

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Cuauhtémoc Guerrero Dávalos cmgj6819@hotmail.com

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Roxana Gabriela Villalón Valdez preciosa_gaby1982@hotmail.com

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen

El objetivo de este trabajo es analizar el régimen obligatorio de Ley del ISSSTE en lo referente a los tipos de seguros y prestaciones que proponen cada uno de ellos para poder conocerlo. La ley a causado mucha controversia desde su expedición sobre todo entre los trabajadores que están bajo su régimen.

Palabras Clave: seguridad social, régimen obligatorio, seguro de salud, riesgo de trabajo, invalidez y vida, retiro, cesantía en edad avanzada y vejez.

Abstrac

The aim of this paper is to analyze the statutory ISSSTE Act regarding insurance rates and benefits that each offer to meet him. The law has caused much controversy since it was issued especially among workers under his regime.

Keywords: social security, statutory scheme, health insurance, employment injury, disability and life insurance, retirement, severance at old age and old age.

1. Introducción.

Del art 123 de nuestra Carta Magna, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos es de donde derivan las diversas leyes y reglamentos que regulan la seguridad social, las cuales, por ningún motivo deben transgredir disposición alguna contenida en la citada constitución, evitando así el violentar las garantías individuales consignadas en ella.

La seguridad social tiene por finalidad garantizar el derecho a la salud, la asistencia médica, la protección de los medios de subsistencia y los servicios sociales necesarios para el bienestar individual y colectivo.

El Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE) es una institución gubernamental [mexicana](#) dedicada a brindar seguridad social a todos los [trabajadores](#) del gobierno [federal](#) mexicano y de las entidades federativas y órganos descentralizados que celebren convenio con el Instituto.

A continuación se enumeran concretamente, de igual manera que se expresa en el artículo 3 de la LISSSTE, donde se establecen con carácter obligatorio los siguientes: seguro de salud, que comprende atención médica preventiva, curativa y de maternidad, y rehabilitación física y mental, seguro de riesgos del trabajo, seguro de retiro, cesantía en edad avanzada y vejez, y de invalidez y vida.

El Instituto establecerá un seguro de salud que tiene por objeto proteger, promover y restaurar la salud de sus Derechohabientes, otorgando servicios de salud con calidad, oportunidad y equidad. El seguro de salud incluye los componentes de atención médica preventiva, atención médica curativa y de maternidad y rehabilitación física y mental.

Se establece el seguro de riesgos del trabajo en favor de los Trabajadores y, como consecuencia de ello, el Instituto se subrogará en la medida y términos de esta Ley, en las obligaciones de las Dependencias o Entidades, derivadas de la Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado, reglamentaria del Apartado B del artículo 123 Constitucional y de la Ley Federal del Trabajo, por cuanto a los mismos riesgos se refiere.

Para los efectos de esta Ley, existe cesantía en edad avanzada cuando el trabajador quede privado de trabajo a partir de los sesenta años de edad. Así mismo según el artículo 89 de la ley en materia para tener derecho al goce de las prestaciones del seguro de vejez, se requiere que el trabajador o pensionado por riesgos del trabajo o invalidez haya cumplido sesenta y cinco años de edad y se requiere que el Trabajador tenga un mínimo de veinticinco años de cotización reconocidos por el Instituto.

Conforme al artículo 118 de la LISSSTE, existe invalidez cuando el Trabajador activo haya quedado imposibilitado en los mismos términos que establece la LSS. La declaración de invalidez deberá ser realizada por el Instituto.

La muerte del Trabajador por causas ajenas al servicio, cualquiera que sea su edad, y siempre que hubiere cotizado al Instituto por tres años o más, dará origen a las Pensiones de viudez, concubinato, orfandad o ascendencia en su caso, según lo prevenido por esta Ley.

En caso de fallecimiento de un Pensionado por riesgos del trabajo o invalidez, las Pensiones a que se refiere este artículo se cubrirán por el Instituto, mediante la entrega del Monto Constitutivo a la Aseguradora que elijan los Familiares Derechohabientes para el pago de la Renta correspondiente.

Pensión Garantizada es aquella que el Estado asegura a quienes reúnan los requisitos señalados para obtener una Pensión por cesantía en edad avanzada o vejez y su monto mensual será la cantidad de tres mil treinta y cuatro pesos con veinte centavos, moneda nacional, misma que se actualizará anualmente, en el mes de febrero, conforme al cambio anualizado del Índice Nacional de Precios al Consumidor.

2. Marco jurídico de la Seguridad Social y la Ley de ISSSTE.

Del art 123 de nuestra Carta Magna, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos es de donde derivan las diversas leyes y reglamentos que regulan la seguridad social, las cuales, por ningún motivo deben transgredir disposición alguna contenida en la citada constitución, evitando así el violentar las garantías individuales consignadas en ella. En la misma se reconoce el derecho al trabajo y la seguridad social al establecer que toda persona tiene derecho al trabajo digno y socialmente útil; al efecto, se promoverán la creación de empleos y la organización social de trabajo, conforme a la ley, también establece que el Congreso de la Unión, sin contravenir a las bases siguientes deberá expedir leyes sobre el trabajo, las cuales regirán:

Apartado A. Entre los obreros, jornaleros, empleados domésticos, artesanos y de una manera general, todo contrato de trabajo.

Apartado B. Entre los Poderes de la Unión, el Gobierno del Distrito Federal y sus trabajadores.

La seguridad social tiene por finalidad garantizar el derecho a la salud, la asistencia médica, la protección de los medios de subsistencia y los servicios sociales necesarios para el bienestar individual y colectivo.

El Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE) es una institución gubernamental mexicana dedicada a brindar seguridad social a todos los trabajadores del gobierno federal mexicano y de las entidades federativas y órganos descentralizados que celebren convenio con el Instituto.

En la actualidad en nuestro país, la gran mayoría de los trabajadores son empleados para laborar en alguno de los sectores de la economía que son el público y el privado, por lo cual acceden a los beneficios de la seguridad social a través de alguna de las dos leyes que reglamentan la misma, como son la Ley del Seguro Social y la Ley del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (LISSSTE).

3. Ley del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (LISSSTE).

Artículo 1º. La presente Ley es de orden público, de interés social y de observancia en toda la República, y se aplicará a las Dependencias, Entidades, Trabajadores al servicio civil, Pensionados y Familiares Derechohabientes.

El 2º Artículo de esta disposición menciona que la seguridad social de los Trabajadores comprende: El régimen obligatorio, El régimen voluntario.

Régimen obligatorio de la Ley del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado.

A continuación se enumeran concretamente, de igual manera que se expresa en el artículo 3 de la LISSSTE, donde se establecen con carácter obligatorio los siguientes: seguro de salud, que comprende atención médica preventiva, curativa y de maternidad, y rehabilitación física y mental, seguro de riesgos del trabajo, seguro de retiro, cesantía en edad avanzada y vejez, y de invalidez y vida.

3.1. Seguro de salud.

El Instituto establecerá un seguro de salud que tiene por objeto proteger, promover y restaurar la salud de sus Derechohabientes, otorgando servicios de salud con calidad, oportunidad y equidad. El seguro de salud incluye los componentes de atención médica preventiva, atención médica curativa y de maternidad y rehabilitación física y mental.

La atención médica preventiva, conforme a los programas que autorice el Instituto sobre la materia, atenderá: el control de enfermedades prevenibles por vacunación, el control de enfermedades transmisibles, los programas de auto cuidado y de detección oportuna de padecimientos, educación para la salud, programas de combate a la drogadicción, el alcoholismo y el tabaquismo salud reproductiva y planificación familiar, atención materno infantil, salud bucal, educación nutricional, salud mental, atención primaria a la salud, envejecimiento saludable, prevención y rehabilitación de pacientes con capacidades disminuidas, y las demás actividades que determine como tales la Junta Directiva de acuerdo con las posibilidades financieras del seguro de salud.

La atención médica curativa y de maternidad, así como la de rehabilitación tendiente a corregir la invalidez física y mental, comprenderá los siguientes servicios, medicina familiar, medicina de especialidades, gerontológico y geriátrico, traumatología y urgencias, Oncológico, quirúrgico, y extensión hospitalaria.

3.2. Seguro de riesgos del trabajo.

Se establece el seguro de riesgos del trabajo en favor de los Trabajadores y, como consecuencia de ello, el Instituto se subrogará en la medida y términos de esta Ley, en las obligaciones de las Dependencias o Entidades, derivadas de la Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado, reglamentaria del Apartado B del artículo 123 Constitucional y de la Ley Federal del Trabajo, por cuanto a los mismos riesgos se refiere.

El artículo 56 de la LISSSTE dicta que, serán reputados como riesgos del trabajo los accidentes y enfermedades a que están expuestos los Trabajadores en el ejercicio o con motivo del trabajo en los mismos términos que la LSS, así mismo se consideran accidentes del trabajo, lo mismo que establece la LSS en el Art. 55.

Asimismo, se consideran riesgos del trabajo las enfermedades señaladas por las leyes del trabajo. En los mismos términos establece los tipos de incapacidad que los riesgos del trabajo pueden producir, y excluye como accidentes de trabajo aquellos que establece la LSS.

La LISSSTE en su artículo 61 establece que el Trabajador que sufra un riesgo del trabajo tiene derecho a las siguientes prestaciones en especie: diagnóstico, asistencia médica, quirúrgica y farmacéutica, servicio de hospitalización, aparatos de prótesis y ortopedia, y rehabilitación.

De igual forma el artículo 62 de la LISSSTE dicta que en caso de riesgo del trabajo, el Trabajador tendrá derecho a las siguientes prestaciones en dinero:

I. Al ser declarada una incapacidad temporal, se otorgará licencia con goce del cien por ciento del sueldo, cuando el riesgo del trabajo imposibilite al Trabajador para desempeñar sus labores. El pago se hará desde el primer día de incapacidad y será cubierto por las Dependencias o Entidades hasta que termine la incapacidad cuando ésta sea temporal, o bien hasta que se declare la incapacidad permanente del Trabajador.

Para los efectos de la determinación de la incapacidad producida por riesgo del trabajo, se estará a lo dispuesto por la Ley Federal del Trabajo por lo que respecta a los exámenes trimestrales a que deberá someterse el Trabajador y en la inteligencia de que si a los tres meses de iniciada dicha incapacidad no está el Trabajador en aptitud de volver al trabajo, él mismo o la Dependencia o Entidad, podrán solicitar en vista de los certificados médicos correspondientes, que sea declarada la incapacidad permanente. No excederá de un año, contado a partir de la fecha en que el Instituto tenga conocimiento del riesgo, el plazo para que se determine si el Trabajador está apto para volver al servicio o bien procede declarar su incapacidad permanente, en cuyo caso se estará a lo dispuesto en las fracciones siguientes;

II. Al ser declarada una incapacidad parcial, se concederá al incapacitado una Pensión calculada conforme a la tabla de valuación de incapacidades de la Ley Federal del Trabajo, atendiendo al Sueldo Básico que percibía el Trabajador al ocurrir el riesgo y los aumentos posteriores que correspondan al empleo que desempeñaba hasta determinarse la Pensión. El tanto por ciento de la incapacidad se fijará entre el máximo y el mínimo establecido en la tabla de valuación mencionada, teniendo en cuenta la edad del Trabajador y la importancia de la incapacidad, según que sea absoluta para el ejercicio de su profesión u oficio aun cuando quede habilitado para dedicarse a otros, o si solamente hubiere disminuido la aptitud para su desempeño. Esta Pensión será pagada mediante la contratación de un Seguro de Pensión que le otorgue una Renta, en los términos de la fracción siguiente.

Cuando el Trabajador pueda dedicarse a otras funciones por que sólo haya disminuido parcialmente su capacidad para el desempeño de su trabajo, las Dependencias y Entidades podrán prever su cambio de actividad temporal, en tanto dure su rehabilitación. Si la pérdida funcional o física, de un órgano o miembro es definitiva, su actividad podrá ser otra de acuerdo con su capacidad.

Si el monto de la Pensión anual resulta inferior al veinticinco por ciento del Salario Mínimo elevado al año, se pagará al Trabajador o Pensionado, en substitución de la misma, una indemnización equivalente a cinco anualidades de la Pensión que le hubiere correspondido;

III. Al ser declarada una incapacidad total, se concederá al incapacitado una Pensión vigente hasta que cumpla sesenta y cinco años, mediante la contratación de un Seguro de Pensión que le otorgue una Renta, igual al Sueldo Básico que venía disfrutando el Trabajador al presentarse el riesgo, cualquiera que sea el tiempo que hubiere estado en funciones. La cuantía de este beneficio será hasta por un monto máximo de diez veces el Salario Mínimo.

Los pensionados por riesgos del trabajo tendrán derecho a una gratificación anual igual en número de días a las concedidas a los trabajadores en activo de la Administración Pública Federal, según la cuota diaria de su pensión. Esta gratificación deberá pagarse, a elección del pensionado: en una sola exhibición, pagadera antes del quince de diciembre de cada año, o conjuntamente con cada

mensualidad del pago de la renta, incrementándose cada exhibición con la doceava parte de la gratificación anual.

3.3. Seguro de retiro, cesantía en edad avanzada y vejez

Para los efectos del seguro a que se refieren los siguientes párrafos, es derecho de todo trabajador contar con una cuenta Individual operada por el PENSIONISSSTE o por una Administradora que elija libremente. La cuenta individual se integrará por las mismas 5 subcuentas que establece la LSS, más las de ahorro solidario, de aportaciones complementarias de retiro, y de ahorro a largo plazo.

3.4. Pensión por Cesantía en Edad Avanzada y seguro de vejez.

Para los efectos de esta Ley, existe cesantía en edad avanzada cuando el trabajador quede privado de trabajo a partir de los sesenta años de edad. Así mismo según el artículo 89 de la ley en materia para tener derecho al goce de las prestaciones del seguro de vejez, se requiere que el trabajador o pensionado por riesgos del trabajo o invalidez haya cumplido sesenta y cinco años de edad y se requiere que el Trabajador tenga un mínimo de veinticinco años de cotización reconocidos por el Instituto.

El Trabajador cesante que tenga sesenta años o más y no reúna los años de cotización señalados en el párrafo precedente, podrá retirar el saldo de su Cuenta Individual en una sola exhibición o seguir cotizando hasta cubrir los años necesarios para que opere su Pensión. Misma situación para el trabajador o pensionado por el seguro de vejez que tenga sesenta y cinco años o más y no reúna los años de cotización señalados.

La contingencia consistente en la cesantía en edad avanzada como en el caso de vejez, obliga al Instituto al otorgamiento de: pensión, y seguro de salud.

3.5. De la Pensión Garantizada

Pensión Garantizada es aquella que el Estado asegura a quienes reúnan los requisitos señalados para obtener una Pensión por cesantía en edad avanzada o vejez y su monto mensual será la cantidad de tres mil treinta y cuatro pesos con veinte centavos, moneda nacional, misma que se actualizará

anualmente, en el mes de febrero, conforme al cambio anualizado del Índice Nacional de Precios al Consumidor.

El Trabajador referido en el artículo anterior, cuyos recursos acumulados en su Cuenta Individual resulten insuficientes para contratar una Renta vitalicia o un Retiro Programado que le asegure el disfrute de una Pensión Garantizada en forma vitalicia y la adquisición de un Seguro de Sobrevivencia para sus Familiares Derechohabientes, recibirá del Gobierno Federal una Aportación complementaria suficiente para el pago de la Pensión correspondiente.

En estos casos, el PENSIONISSSTE o la Administradora continuarán con la administración de la Cuenta Individual del Pensionado y se efectuarán retiros con cargo al saldo acumulado para el pago de la Pensión Garantizada, en los términos que determine la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro.

3.6. Seguro de invalidez y vida

Los riesgos protegidos en este Capítulo son la invalidez y la muerte del Trabajador o del Pensionado por invalidez, en los términos y con las modalidades previstas en la Ley.

4. Pensión por Invalidez

Conforme al artículo 118 de la LISSSTE y para los efectos de esta Ley, existe invalidez cuando el Trabajador activo haya quedado imposibilitado en los mismos términos que establece la LSS. La declaración de invalidez deberá ser realizada por el Instituto.

La Pensión se otorgará a los Trabajadores que se inhabiliten física o mentalmente por causas ajenas al desempeño de su cargo o empleo, si hubiesen contribuido con sus Cuotas al Instituto cuando menos durante cinco años. En el caso que el dictamen respectivo determine el setenta y cinco por ciento o más de invalidez sólo se requerirá que hubiesen contribuido con sus Cuotas al Instituto cuando menos durante tres años.

El estado de invalidez da derecho al Trabajador, en los términos de esta Ley, al otorgamiento de: pensión temporal, o pensión definitiva.

La Pensión temporal se concederá con carácter provisional, por un periodo de adaptación de dos años durante los cuales será pagada con cargo a las Reservas de este seguro por parte del Instituto. Transcurrido el periodo de adaptación, la Pensión se considerará como definitiva debiéndose contratar un Seguro de Pensión que le otorgue la Renta a que se refiere el artículo siguiente, y su revisión sólo podrá hacerse una vez al año, salvo que existieran pruebas de un cambio sustancial en las condiciones de la invalidez. El derecho al pago de esta Pensión comienza a partir del día siguiente al de la fecha en que el Trabajador cause baja motivada por la inhabilitación.

La Pensión definitiva comienza a partir del día siguiente del término de la Pensión temporal y estará vigente hasta que el Pensionado cumpla sesenta y cinco años y veinticinco años de cotización. La Pensión se cubrirá mediante la contratación de un Seguro de Pensión con una Aseguradora (Art 125)

La cuantía de la Pensión por invalidez será igual a una cuantía básica del treinta y cinco por ciento del promedio del Sueldo Básico disfrutado en el último año inmediato anterior a la fecha de la baja del Trabajador. Dicha cuantía no será inferior a la Pensión prevista en el artículo 170 de la Ley del Seguro Social a la fecha de entrada en vigor de esta Ley, cantidad que se actualizará anualmente, en el mes de febrero, conforme al cambio anualizado del Índice Nacional de Precios al Consumidor. La cuantía de este beneficio será hasta por un monto máximo de diez veces el Salario Mínimo.

Los Pensionados por invalidez tendrán derecho a una gratificación anual igual en número de días a las concedidas a los Trabajadores en activo de la Administración Pública Federal, según la cuota diaria de su Pensión. Esta gratificación deberá pagarse, a elección del Pensionado: en una sola exhibición, pagadera antes del quince de diciembre de cada año, o conjuntamente con cada mensualidad del pago de la Renta, incrementándose cada exhibición con la doceava parte de la gratificación anual.

4.1. Pensión por Causa de Muerte

La muerte del Trabajador por causas ajenas al servicio, cualquiera que sea su edad, y siempre que hubiere cotizado al Instituto por tres años o más, dará origen a las Pensiones de viudez, concubinato, orfandad o ascendencia en su caso, según lo prevenido por esta Ley.

En este caso, las Pensiones se otorgarán por la Aseguradora que elijan los Familiares Derechohabientes para la contratación de su Seguro de Pensión. A tal efecto, se deberá integrar un Monto Constitutivo en la Aseguradora elegida, el cual deberá ser suficiente para cubrir la Pensión y las demás prestaciones de carácter económico previstas en este Capítulo. Para ello, el Instituto cubrirá el Monto Constitutivo con cargo al cual se pagará la Pensión y las demás prestaciones de carácter económico previstas en este Capítulo, por la Aseguradora.

En caso de fallecimiento de un Pensionado por riesgos del trabajo o invalidez, las Pensiones a que se refiere este artículo se cubrirán por el Instituto, mediante la entrega del Monto Constitutivo a la Aseguradora que elijan los Familiares Derechohabientes para el pago de la Renta correspondiente.

El saldo acumulado en la Cuenta Individual del Trabajador o Pensionado por riesgos del trabajo o invalidez fallecido, podrá ser retirado por sus Familiares Derechohabientes en una sola exhibición o utilizado para contratar un Seguro de Pensión que le otorgue una Renta por una suma mayor (Art.129)

El artículo 131 de la ley señala el orden para gozar de las Pensiones a que se refieren los párrafos anteriores por los Familiares Derechohabientes de la manera siguiente:

I. El cónyuge supérstite sólo si no hay hijos o en concurrencia con éstos si los hay y son menores de dieciocho años o que no sean menores de dieciocho años pero estén incapacitados o imposibilitados parcial o totalmente para trabajar; o bien hasta veinticinco años previa comprobación de que están realizando estudios de nivel medio o superior de cualquier rama del conocimiento en planteles oficiales o reconocidos y que no tengan trabajo;

II. A falta de cónyuge, la concubina o concubinario solo o en concurrencia con los hijos o éstos solos cuando reúnan las condiciones señaladas en la fracción anterior, siempre que la concubina hubiere tenido hijos con el Trabajador o Pensionado o el concubinario con la Trabajadora o Pensionada, o vivido en su compañía durante los cinco años que precedieron a su muerte y ambos hayan permanecido libres de matrimonio durante el concubinato. Si al morir el Trabajador o Pensionado

tuviere varias concubinas o la Trabajadora o Pensionada tuviere varios concubinarios, ninguno tendrá derecho a Pensión.

Para efectos de esta Ley, para considerarse como tales los concubinos deberán acreditar haber vivido en común con el Trabajador en forma constante y permanente por un periodo mínimo de cinco años que precedan inmediatamente a la generación de la Pensión o haber tenido por lo menos un hijo en común;

III. A falta de cónyuge, hijos, concubina o concubinario la Pensión se entregará a la madre o padre conjunta o separadamente y a falta de éstos a los demás ascendientes, en caso de que hubiesen dependido económicamente del Trabajador o Pensionado;

IV. La cantidad total a que tengan derecho los deudos señalados en cada una de las fracciones, se dividirá por partes iguales entre ellos. Cuando fuesen varios los beneficiarios de una Pensión y alguno de ellos perdiese el derecho, la parte que le corresponda será repartida proporcionalmente entre los restantes, y

V. Los hijos adoptivos sólo tendrán derecho a la Pensión por orfandad, cuando la adopción se haya hecho por el Trabajador o Pensionado antes de haber cumplido cincuenta y cinco años de edad.

5. Metodología empleada

Para realización de este trabajo se utilizò la tècnica de análisis jurídico e investigación documental, debido a que la intención de esta investigación està relacionada exclusivamente con la Ley del ISSSTE.

6. Conclusiones:

En relación a sus características se pudo afirmar que en esencia su estructura y características es similar a la Ley del IMSS.

En cuanto a los tipos de seguro que establece se pudo identificar lo siguiente:

Como observación primordial la LISSSTE expone 4 tipos de aseguramiento.

El Seguro de Riesgos de Trabajo es tratado igualmente con el mismo nombre y los mismos términos de conformidad con la Ley Federal de Trabajo y la Ley del Seguro Social.

La LSS contempla el Seguro de Enfermedades y Maternidad donde especifica prestaciones en especie y en dinero, tomando en 2 rubros por separado lo que es las enfermedades o que es la maternidad, otorgando a este último un subsidio y un enfoque distinto al de enfermedad.

Por otro lado la LISSSTE contempla el Seguro de Salud, donde destacan 2 grandes rubros, atención médica preventiva y atención curativa y de maternidad y rehabilitación física y mental.

Comparando estos 2 tipos de seguro se concluye que pudieran ser equivalentes uno con el otro, salvo que el Seguro de Salud de la LISSSTE contempla de igual forma las enfermedades y la maternidad y la LSS los contempla por separado.

El Seguro de Invalides y Vida es tratado igualmente con el mismo nombre y los mismos términos, salvo que la LSS exige, para el ramo de invalidez, el asegurado tenga acreditado, como mínimo, el pago de doscientas cincuenta semanas de cotización, en el caso de que se determine más del 75% de invalidez solo será necesario contar con ciento cincuenta semanas de cotización reconocidas. De igual forma la LISSSTE exige, para el ramo de invalidez, que el asegurado haya cumplido con sus cuotas por lo menos durante 5 años y en caso de que se determine más del 75% de invalidez solo será necesario que hubiera cumplido con sus cuotas durante 3 años por lo menos.

El Seguro de Retiro, Cesantía en edad avanzada y Vejez es tratado igualmente por las 2 leyes con el mismo nombre y los mismos términos salvo que la LSS exige que para gozar de las prestaciones de este ramo el asegurado tenga, reconocidas por el instituto, 1250 cotizaciones semanales como mínimo, y la LISSSTE exige 25 años de cotizaciones reconocidas por el instituto.

Ambas leyes mencionan que existe cesantía en edad avanzada a partir de los sesenta años de edad.

El Seguro de Guarderías y Servicios Sociales es solo contemplado por la LSS, la LISSSTE no expresa ningún servicio de guarderías.

La LISSSTE contempla un fondo de pensiones como órgano público desconcentrado del ISSSTE pero dotado de facultades ejecutivas llamado PENSIONISSSTE. Por su lado la LSS hace uso, a elección del trabajador, de instituciones Administradoras de Fondos para el Retiro (AFORES), públicas como AFORE XXI o privadas como las que ofrecen instituciones financieras.

BIBLIOGRAFIA

- C.P. Hernández Rodríguez, Jesús F. y C.P. Galindo Cosme, Mónica Isela, Estudio práctico de la nueva ley del seguro social, México, ediciones fiscales ISEF, 2002
- Código Fiscal de la Federación, 2010 – 2011
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 2010 – 2011
- Ley del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado, 2010 – 2011
- Ley del Seguro Social, 2010 – 2011
- Ley Federal del Trabajo, 2010 – 2011
- Meyer, Rosa María, Instituciones de Seguridad Social, Editado por INAH, 1975
- Reglamento de la Ley del Seguro Social en materia de afiliación, clasificación de empresas, recaudación y fiscalización, 2010 – 2011
- Reglamento de prestaciones económicas y vivienda del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado, 2010 – 2011
- Reglamento de prestaciones médicas del Instituto Mexicano de Seguridad Social, 2010 – 2011
- Reglamento de servicios médicos del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado, 2010 – 2011
- Reglamento para la prestación del servicio de guardería, 2010 – 2011
- *Revista Latinoamericana de Derecho Social* Núm. 7, julio-diciembre de 2008, pp. 125-148
- Ruiz Gómez, Raúl, El ISSSTE y la seguridad social en México, publicaciones del ISSSTE.
- Soberanes Fernández, José Luis, Regímenes de seguridad social en el derecho mexicano, Los Noventa, F.C.E.
- www.gestiopolis.com
- www.imss.gob.mx
- www.issste.gob.mx

IMPLICACIONES DE LA EXTERNALIZACIÓN EN LA PRODUCTIVIDAD Y ROTACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS.

Maricruz Nájera Ríos mnajera@delfin.unacar.mx Universidad Autónoma del Carmen
José Joaquín Maldonado Escalante jmaldonado@pampano.unacar.mx Universidad Autónoma del Carmen
Rubí Asunción González Ascencio gestorcontaduria@hotmail.com Universidad Autónoma del Carmen

Resumen:

En la actualidad, se observa como los entornos empresariales han dejado de ser estables y predecibles, pues la globalización de la economía, la madurez de los mercados, el cambio tecnológico, la necesidad de responder a unas exigencias del cliente cada vez más elevadas y una competencia cada vez más intensa hacen que el nuevo entorno competitivo sea más difícil de predecir en el futuro, lo que aumenta la complejidad de la dirección de las empresas. Así pues, las empresas han de plantearse nuevas formas de gestionar las organizaciones. La necesidad de responder de un día para otro al cambio requerido en los mercados e incluso la dificultad en adivinar hacia dónde tenderá ese cambio, aconsejan que las organizaciones se centren en sus competencias y capacidades básicas, dando paso a la estrategia de externalización en aquellas áreas que pueden ser mejoradas por empresas especializadas; es decir, acudir a fuentes externas para lograr un fin deseado (Quinn y Hilmer, 1994).

Las investigaciones sobre la externalización se han centrado básicamente en cuestiones estratégicas y financieras, en definir el contexto apropiado para la contratación externa y la identificación de ahorros de costos alcanzable. Sin embargo la gestión de recursos humanos consecuencia de la externalización han sido relativamente inexplorables (Fisher et al 2008).

Por tanto quedan números aspectos por analizar en la relación externalización-gestión de recursos humanos especialmente en lo que respecta a los efectos de la externalización en la productividad laboral y rotación de personal temas a tratar en el presente trabajo.

Palabras clave: externalización, gestión, recursos humanos

Abstract

At present, it is observed as the managerial environments they have stopped being stable and predictable, so the globalization of the economy, the maturity of the markets, the technological change, the need to answer to a few requirements of the client increasingly raised and a competition increasingly intense they do that the new competitive environment is more difficult to predict in the future, which increases the complexity of the direction of the companies. This way so, the companies have to appear new ways of managing the organizations. The need to answer from one day to the next to the change needed in the markets and even the difficulty in guessing towards where it will stretch this change, they advise that the organizations should centre on his competitions and basic capacities, giving I go on to the strategy of outsourcing in those areas that can be improved by specialized companies; it is to say, to come to external sources to achieve a wished end.

The investigations on the outsourcing have centred basically on strategic and financial questions, on defining the context adapted for the external contracting and the attainable identification of savings costs. Nevertheless the management of human resources consequence of the outsourcing they have been relatively inexplorables (Fisher et 2008).

Therefore numbers stay aspects for human beings analyze in the relation outsourcing - resource management specially regarding the effects of the outsourcing in the labor productivity and job turnover be afraid to treating in the present work.

Key words: outsourcing, management, human resources.

Introducción

La globalización de los mercados y un entorno incierto, dinámico y altamente competitivo, han sido factores determinantes para que las organizaciones reinventen sus productos y servicios continuamente y centren sus esfuerzos en desarrollar sus ventajas competitivas sostenibles (Quinn y Hilmer, 1994; Quinn, 1999, Sislian y Satir, 2000). Por lo que la decisión de externalizar actividades ha sido cada vez más atractiva en la gran mayoría de empresas.

La empresa externaliza sus funciones no claves y las deja en manos de profesionales que son expertos en su realización, debido a que para ellos estas actividades son esenciales y estratégicas al constituir la base de su negocio, con lo que podrán optimizar sus recursos y reducir costos (Cachon y Harker, 2002).

La externalización de recursos humanos significa que la empresa u organización que las contrate podrá disponer del servicio de un proveedor que de manera continua proporcionará la administración de una actividad de Recursos Humanos que normalmente se realizaba dentro de la misma empresa. Es decir, se contrata a un proveedor para trabajar una actividad específica de Recursos Humanos y éste entrega unos servicios predeterminados a un precio establecido; Puede tomar muchas formas, que van desde tareas administrativas de rutina hasta funciones de diseño de sistemas de recursos humanos que pueden tener una influencia fundamental en la cultura organizacional y desempeño.

Cada vez un mayor número de empresas optan por externalizar las actividades de Recursos Humanos mismas que eran realizadas internamente (Jamrog, Groe, y Pyle, 1997). A fin de: a) reducir los gastos generales y administrativos del personal; b) capitalizar la tecnología y la experiencia de la que la compañía no dispone; c) acceder de manera más económica y más rápida a las mejoras de los procesos empresariales; d) mejorar los servicios y aumentar la tecnología que proporcionan los empleados; e) transferir los procesos administrativos con el fin de poder centrarse en sus actividades más relevantes desde el punto de vista estratégico; f) hacer que los recursos financieros estén disponibles para las áreas principales del negocio y g) compartir el riesgo.

La externalización debe de ser resultado de la formulación de una estrategia empresarial que además de buscar reducir sus costos, también aumente su adaptabilidad y flexibilidad, para que le permita adaptarse ágilmente a los cambios de la demanda y aumentar el conocimiento existente en la empresa.

En el campo de estudio de la externalización de las funciones de recursos humanos, el análisis de los efectos en la gestión de recursos humanos representa un área de oportunidad para realizar investigaciones ya que el factor humano representa un rol esencial para la mejora de la competitividad empresarial.

La externalización exige que la gestión de recursos humanos cuente con una capacidad de encontrar nuevas formas de organizar el trabajo, de gestionar los recursos humanos en alineamiento con criterios de eficiencia y eficacia organizacional para el aumento de la productividad y la competitividad. Es en este punto donde surge la necesidad de identificar correctamente los límites de la empresa, delimitando que actividades van a desarrollarse internamente y cuales serán externalizadas.

Por lo tanto el outsourcing se convierte en una herramienta útil para ajustar los límites de la empresa como respuesta a presiones económicas externas, por lo que la empresa consolida su estrategia mediante una reestructuración de sus actividades con el objetivo de potenciar el desarrollo de su

actividad principal (Prahalad y Hamel, 1990). Para conseguir que esta práctica sea un éxito, deben equilibrarse las estrategias de integración vertical y externalización llevadas a cabo en la empresa. (Rothaermel, Hit y Jobe, 2006) y analizar detenidamente que impacto tienen estas decisiones sobre las variables de desempeño de los recursos humanos.

En la relación entre outsourcing y gestión de recursos humanos, diversos autores han estudiado el efecto que la externalización de actividades tiene sobre la empresa. En su mayoría de esos estudios analizan sus efectos sobre una determinada división de la empresa, sobre el valor general de la empresa, la eficiencia de costos, pero existen escasos estudios sobre el impacto en su conjunto sobre las variables de desempeño de los recursos humanos (Fisher et al 2008).

Por lo tanto, quedan numerosos aspectos por analizar en la relación outsourcing-gestión de recursos humanos, especialmente en lo que respecta al impacto que las decisiones de outsourcing en las variables de desempeño de los recursos humanos.

La mayoría de las investigaciones han estudiado las decisiones de externalización y sus determinantes bajo la teoría de los costos de transacción siendo la especificidad de activos el factor más estudiado para explicar la externalización (Williamson, 1975); existiendo literatura limitada que analice las decisiones de externalización utilizando un enfoque más estratégico.

El presente trabajo es una investigación documental (revisión literaria) sobre el tema de la gestión de la externalización (outsourcing) de recursos humanos desde la perspectiva de la teoría de recursos y capacidades así como el análisis del impacto (de la externalización) en la productividad y rotación de personal. En el contenido del mismo se utilizan indistintamente el término outsourcing (inglés) y externalización que es una de sus traducciones de mayor uso y aceptación.

Se pretende presentar información relevante producto de investigaciones publicadas sobre este tema, con el objetivo de que los empresarios, administradores y todos aquellos involucrados en los procesos de externalización de recursos humanos hagan conciencia de la importancia de considerar el impacto de la misma en la productividad y rotación del personal involucrado ya que también puede tener impactos en los resultados financieros de las empresas involucradas.

Desarrollo

El outsourcing representa una herramienta de gestión muy utilizada en los últimos tiempos por las empresas ya que se enfrentan a altos niveles de competencia, por lo que buscan la mejora constante en la calidad de sus servicios, la eficiencia de sus procesos, del manejo de los recursos humanos, etc. Por estas razones buscan mecanismos que los ayuden a lograr sus objetivos con el menor costo posible.

El outsourcing consiste en la delegación de la ejecución de actividades que inicialmente realizaba la empresa, a proveedores externos, los que, gracias a su experiencia y conocimientos, están en la capacidad de aumentar los niveles de calidad y eficiencia en dichos procesos y reducir costos operativos. Así las empresas contratantes pueden enfocarse en las actividades en las cuales ellos son especialistas, es decir, en lo que más saben hacer, delegando actividades que no le añaden valor al negocio.

El outsourcing puede definirse desde varias perspectivas diferentes Zhu, Hsu, y Lillie (2001) lo definen como "el proceso de transferir la responsabilidad de una empresa específica o función de un grupo de empleados a un tercer grupo de empleados ajenos a la empresa.

Una de las decisiones con mayor trascendencia para el éxito del outsourcing en la empresa es el de tomar la decisión de que actividad debe ser externalizada y que actividad debe de ser retenida desde una perspectiva estratégica es la teoría de recursos y capacidades la que facilita a los empresarios esta labor en función de dos ideas fundamentales: por un lado, que las empresas deben externalizar en función del valor estratégico de las actividades, y por el otro, que la externalización puede obedecer al deseo de obtener recursos y capacidades que no poseen. Además, dicha perspectiva nos permite clasificar a las actividades de la empresa en función de su valor estratégico y establecer consideraciones acerca de la externalización.

El impacto en las prestaciones de los empleados, debe ser cuidadosamente estudiado para evitar la posible mala interpretación de las intenciones del comprador en relación a las prestaciones de los empleados, el plan de negocios debe establecer claramente las intenciones del comprador. Cuando una empresa toma la decisión de externalizar una función, los arreglos apropiados para los empleados que actualmente están realizando la función se deben hacer. Ningún esfuerzo de externalización puede tener éxito sin el pleno apoyo de los trabajadores afectados.

El outsourcing bajo la perspectiva de la teoría de recursos y capacidades

Las razones para que las empresas decidan externalizar alguna actividad han pasado de ser tácticos, es decir que buscan el logro de resultados en el corto plazo y particularmente la reducción de costos, a ser estratégicos, pues pretenden conseguir y mantener la ventaja competitiva (McIvor, 2000).

Como se ha mencionado para tratar las decisiones de externalización y sus determinantes la mayoría de las investigaciones realizadas prestan una mayor atención a enfoques económicos y aplican principalmente la teoría de los costos de transacción. Sin embargo, limitarse a los enfoques económicos sería ignorar otras facetas del comportamiento organizativo que podrían tener un impacto mayor en la decisión de externalizar. La teoría de recursos y capacidades nos permite analizar la relación entre estrategia y el entorno y examinar cómo una función o actividad afecta a la ventaja competitiva de la empresa y ésta a su vez al resultado organizativo.

En función de la perspectiva de la teoría de recursos y capacidades se puede indicar que se deben externalizar aquellas actividades que no representen recursos estratégicos, es decir, que no formen parte de las competencias básicas de la empresa. La externalización de dichas actividades permite obtener recursos complementarios a los estratégicos y un mejor resultado. Aunque las organizaciones que adquieran en el exterior recursos tengan unos costos aproximadamente iguales al valor económico que reciban (Barney, 1986), a través de su externalización se podrá mejorar los recursos internos de la empresa y apoyar a las competencias básicas de la empresa.

La teoría de recursos y capacidades tiene su origen en la dirección estratégica, teniendo sus antecedentes en el trabajo de Penrose del año 1959. Esta teoría define a la empresa como una colección única de recursos y capacidades que no se pueden comprar y vender libremente en el mercado (Conner, 1991; Rumelt, 1987). Este enfoque de recursos indaga sobre la relación que existe entre los resultados de una empresa y su habilidad para aprovechar sus capitales humanos y físicos; se basa en que las organizaciones poseen una serie de recursos que le permiten por una parte, obtener ventajas sostenibles, y por otra, obtener mayores rendimientos a largo plazo, el analizar los recursos y capacidades tiene como finalidad identificar el potencial que posee la empresa o a los que puede acceder, se adopta por lo tanto una orientación interna más que externa en la formulación de la estrategia de la empresa.

Se observan diferencias en los resultados de las empresas que se mantienen a lo largo del tiempo y ante esto los investigadores se preguntan, si todas las empresas de un mismo sector o grupo

estratégico tienen las mismas oportunidades ¿Cuál es el motivo de la diferencia de resultados? A esta pregunta intenta responder la teoría de los recursos y capacidades con esta nueva perspectiva, la estructura del sector deja de ser el determinante de la ventaja competitiva de las empresas y por extensión, de las diferencias de desempeño entre ellas, aportando evidencias de la importancia de los elementos internos de la empresa, bajo la premisa fundamental de la existencia de heterogeneidad de las empresas en lo que a dotación de recursos y capacidades se refiere; es la heterogeneidad la que explica las diferencias de resultados entre ellas (Lippman y Rumelt, 1982; Rumelt, 1984; Barney, 1991).

El enfoque de los Recursos y Capacidades estudia las ventajas competitivas desde la perspectiva de los recursos, centrando su atención en la relación existente entre las características internas de la empresa y su resultado económico, partiendo de dos supuestos básicos en el análisis de las fuentes de las ventajas competitivas sostenidas. En primer lugar, asume que las empresas son heterogéneas, ya que poseen diferentes dotaciones de recursos producto de su historia, suerte y decisiones pasadas sobre los que sustentar una ventaja competitiva y, segundo, considera que estos recursos no son perfectamente móviles entre las empresas, manteniéndose esa heterogeneidad a lo largo del tiempo, lo que proporcionara una ganancia a largo plazo.

Dada la importancia que poseen para esta teoría los recursos y capacidades un punto neurálgico es la definición de recurso y capacidad con la idea de mostrar una definición inicial Amit y Schoemaker, 1993 definen a los recursos como stocks de factores disponibles que son poseídos o controlados por la empresa, mientras las capacidades serían las facultades que tiene la empresa para gestionar adecuadamente sus recursos con el fin de realizar una determinada tarea estos dos conceptos se encuentran íntimamente ligados y son difícilmente dissociables sin embargo de la revisión a la literatura nos permite concluir que existen varias definiciones y clasificaciones de los recursos Barney (1991) define a los recursos de la empresa como los factores de producción controlados por la empresa que le permite formular e implementar estrategias que mejoren su eficiencia y eficacia, señala que los recursos se pueden clasificar en recursos físicos, humanos y organizacionales. Los recursos físicos estarían formados por los equipos y la tecnología utilizada por la empresa, la localización geográfica o la mayor o menor accesibilidad a las materias primas. Los recursos humanos englobarían la preparación, la experiencia, la inteligencia, las relaciones y la perspicacia de la dirección y los trabajadores de la empresa. Por último, los recursos organizacionales incluirían la estructura organizativa de la empresa, la planificación formal e informal, los sistemas de control y coordinación, así como las relaciones entre grupos en la empresa y entre estos y los de su entorno.

De acuerdo con ello, no todas estas categorías de recursos son estratégicamente relevantes, sino que algunas propiedades de la empresa pueden hacer que en un momento dado la elección e implantación de la estrategia reduzca su eficiencia y eficacia (Barney, 1986b).

Según Grant (1992), los recursos son el conjunto de inputs con lo que cuenta la empresa y a través de los cuales desempeña sus actividades y tareas y pueden dividirse en financieros, físicos, humanos, tecnológicos y la reputación. Es decir, además de recursos materiales, como las fábricas, instalaciones y medios financieros, la empresa también cuenta con recursos intangibles basados en la información y en el conocimiento compartido, en las relaciones de confianza entre los empleados y la dirección, en las relaciones estables entre la empresa, sus clientes y proveedores, etc.

Por su parte Wernerfelt (1984) señala que los recursos son aquellos que se vinculan a la empresa de forma semipermanente como las marcas, el conocimiento tecnológico propio, el empleo de

habilidades personales, los contactos comerciales, los procedimientos eficientes, el capital, etc. Quizás una de las aportaciones más originales que proporciona este enfoque es la clasificación de recursos que propone en función de su naturaleza, distinguiendo entre recursos tangibles e intangibles. Mientras los primeros tienen un soporte físico, los segundos están basados en la información y el conocimiento.

Las capacidades son recursos diferentes que involucran patrones complejos de coordinación entre personas y otros recursos (Grant, 1991). Estas capacidades son las que dan valor a los otros recursos (Madhok, 1997); en su ausencia, ni siquiera los más valiosos recursos pueden generar ventajas competitivas. Tal como lo plantean Hill y Deeds (1996), mientras los recursos son una condición necesaria pero no suficiente para la obtención de ventajas competitivas sostenibles, la existencia de diferencias en rutinas organizacionales (capacidades) es condición necesaria y suficiente para ello.

Las principales características que deben reunir para ser considerados recursos o capacidades estratégicos de la empresa serían (Wade y Hulland, 2004):

- a) Son valiosos, permitiendo a la empresa explotar las oportunidades del entorno y neutralizar sus amenazas (Barney, 1991).
- b) No son comunes, tienden a ser relativamente raros (Barney, 1991)
- c) La empresa posee una clara propiedad y control (Amit y Schoemaker, 1993; Grant, 1995).
- d) Son difíciles de imitar y adoptar por la competencia (Amit y Schoemaker, 1993).
- e) Sustituibilidad limitada, los recursos serán más valiosos cuando menos recursos que los puedan sustituir estén disponibles o los pueda desarrollar la competencia (Barney, 1991 y Amit y Schoemaker, 1993).
- f) Difíciles de transferir (Barney, 1991).

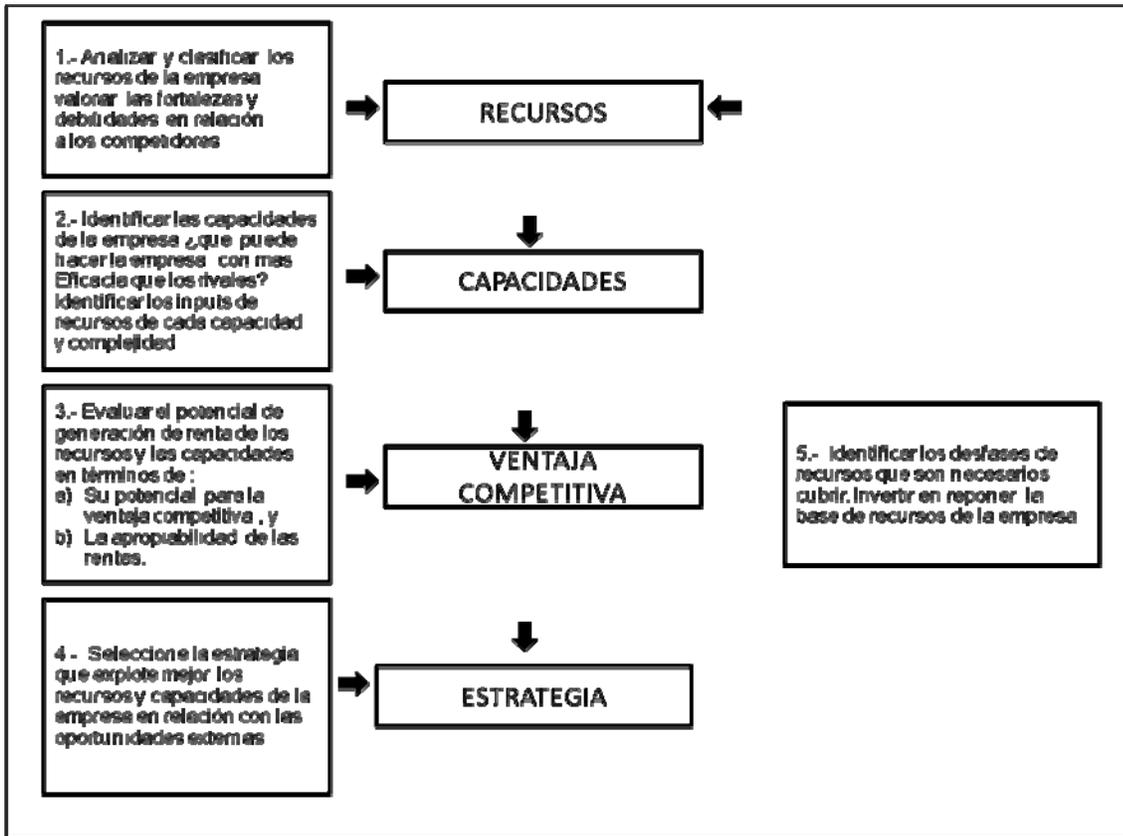
En los últimos tiempos, el enfoque estratégico ha ayudado a profundizar en las decisiones de externalizar, centrándose en examinar como una función o actividad afecta a la ventaja competitiva y cómo influye una determinada estrategia competitiva en cualquier decisión de tipo estratégico. Dentro de esta perspectiva, la visión de la empresa basada en los recursos resulta muy útil para estudiar los factores determinantes de la externalización, distinguir entre las actividades que son viables de externalizar y su posible repercusión en el sostenimiento de la ventaja competitiva de la empresa permitiendo visualizar la mejor combinación de los recursos y capacidades de la empresa para mantenerla.

La externalización es una decisión estratégica (Jenning, 1997; Quinn et al., 1990; Quinn y Hilmer, 1994) la empresa tiene que justificarla en función de los recursos y capacidades que posee y del valor estratégico de tales recursos; siguiendo el enfoque de recursos y capacidades la externalización es una función del valor estratégico de las actividades, determinado éste por las condiciones impuestas a los recursos para que sean fuentes de ventajas competitivas.

Para comprender mejor la externalización bajo la perspectiva de los recursos y capacidades es muy útil hacer mención del marco conceptual establecido por Grant (1991). En dicho marco conceptual, los recursos y capacidades de una empresa son las consideraciones centrales de la formulación de estrategias, establece en su modelo cinco etapas para la formulación de estrategias. De estas cinco etapas, es en la última etapa, referida a la "identificación de los desfases de recursos que se necesitan cubrir, y realizar inversiones en mejorar y reponer los recursos básicos de la empresa" donde una alternativa es la externalización.

La creación de los recursos se ha centrado en las carencias de los recursos y capacidades de la empresa. Es decir, la organización puede necesitar, para explotar el conjunto de recursos y capacidades existentes en la empresa, adquirir recursos complementarios en el exterior que no dispone (Grant, 1991). De esta forma, la organización no se limita únicamente a explotar su *stock* de recursos y capacidades (Teng *et al.*, 1995), sino que cubre sus carencias de recursos mediante compras o alianzas estratégicas, siendo la externalización una vía para ello.

Un Modelo Conceptual para el Análisis de los Recursos y Capacidades



Fuente: Adaptado de Grant (1991:1)

La externalización forma parte de la estrategia de la empresa para perseguir la búsqueda y mantenimiento de la ventaja competitiva, la empresa debe ser capaz de identificar aquellas actividades candidatas a ser externalizadas, y que éstas deben ser desarrolladas por proveedores que tengan capacidades y habilidades superiores a las que la empresa posee para su realización. Por tanto, la estrategia de externalización está relacionada con los recursos y capacidades de la empresa, siendo esta razón por la que la perspectiva de recursos y capacidades complementa otras perspectivas teóricas más tradicionales como es la teoría de los costos de transacción.

Efectos del outsourcing en la productividad y rotación de personal

Algunos investigadores señalan que la externalización de Recursos Humanos pueden reducir costos, aumentar la calidad del servicio mediante la producción de mayores economías de escala, aumentar los incentivos y la rendición de cuentas de los prestadores de servicios, y aumentar el acceso a los expertos en áreas especializadas (Csoko, 1995). Otros, sin embargo, argumentan que la externalización expone a las organizaciones a un comportamiento oportunista por parte de

contratistas, outsourcing de recursos humanos que limita la capacidad de las empresas para desarrollar las competencias características de su fuerza de trabajo, y que la externalización va a crear ineficiencias porque los contratistas no están familiarizados con la estrategia de sus clientes y la cultura (Ulrich, 1996).

Actualmente las organizaciones se han visto en la necesidad de implementar cambios en su estrategia laboral a la hora de enfrentar los retos que se les presentan; la externalización de recursos humanos se ha convertido en una parte importante de las practicas de recurso humanos (D Lilly, Gray y Virick, 2005), lo anterior debido a los procesos de cambios y las nuevas tecnologías que surgen en el mercado y que determinan la necesidad del desarrollo de más habilidades, destrezas y conocimientos,

La disminución de los recursos y la competitividad del mercado han obligado a las organizaciones a que examinen sus métodos de producción de bienes y servicios y hacer cambios en sus procesos a fin de maximizar los beneficios económicos. De hecho, muchas empresas han externalizado las funciones de gestión de los recursos humanos como el reclutamiento, capacitación y administración de beneficios.

El outsourcing de recursos humanos, puede tomar muchas formas, que van desde la gestión de nóminas de rutina hasta la ejecución de programas de capacitación para la planificación de recursos humanos. Mientras que algunos contratos de outsourcing pueden implicar tareas administrativas de rutina, otras funciones pueden incluir el diseño de sistemas de recursos humanos que puedan tener una influencia fundamental en la cultura organizacional y desempeño.

Se convierten en elementos por tanto, la coordinación, dirección, motivación y satisfacción del personal son aspectos cada vez más importantes del proceso administrativo. Entre ellos, la satisfacción del trabajador ocupa un lugar preferente, ya que, la percepción positiva o negativa de los trabajadores que mantienen con respecto a su trabajo influye en la rotación de personal, ausentismo, productividad, aparición de conflictos y en otras áreas esenciales de la organización.

El éxito real de cualquier estrategia de outsourcing se basa en una serie de cuestiones. En primer lugar, a fin de obtener los ahorros previstos de los costos, los investigadores han argumentado que el prestador de servicios debe tener los conocimientos específicos de la empresa, evitar comportamientos oportunistas, y prestar los servicios requeridos en un nivel suficiente (Ulrich, 1996). En segundo lugar, la organización se beneficia de los recursos ahorrados reorientándolos, sólo si es capaz de retener a sus empleados más competentes y reasignar de manera efectiva los esfuerzos de estos empleados hacia tareas que agreguen valor. Si estos requisitos no se cumplen, el todo-demasiado-resultado previsible de una estrategia de outsourcing será una organización con una situación de deterioro financiero que carece de los recursos humanos necesarios para darle la vuelta.

Un estudio realizado por Kessler, Coyle and Purcell , 1999 señalan el impacto de la externalización desde la perspectiva de los empleados antes de que se llevará a cabo y 18 meses después; considera tres factores generales que influyen en cómo los empleados reaccionan a un cambio de empleador. El primero es el contexto en el que la subcontratación se produce - como los empleados sienten que son tratados por el empleador actual. El segundo factor se refiere a la "atracción" de la nueva empresa. El último factor se refiere al aterrizaje o, más concretamente, con la realidad de las experiencias de los empleados tras el cambio de empleador. En conclusión señala que juega un papel muy importante para la percepción del trabajador la forma en que el nuevo empleador se presente con los nuevos

empleados, el compromiso que establezca y finalmente el cumplimiento de expectativas de los empleados.

Entre las cuestiones más difíciles durante un proceso de externalización, los factores humanos son los más importantes. Todo el mundo está plagado de emociones conflictivas y preocupaciones diferentes. A los empleados con un fuerte apego a la organización actual y la industria puede resultar difícil pensar en trabajar para un proveedor externo. Los mejores y más experimentados pueden prestar sus conocimientos y habilidades a otro empresario. Y otros pueden acogerse a la transferencia a un proveedor. Otro grupo puede sentirse inadecuado o tener miedo al cambio y se oponen a la contratación externa en cada oportunidad.

El transferir a los trabajadores como parte de un contrato de outsourcing, puede cambiar el destino de compromiso y hacer que el individuo tenga sentimientos de desconfianza y falta de motivación; entonces parece obvio que el compromiso sería menor o inexistente si la función de un individuo es sustituido por un proveedor de outsourcing.

La rotación de personal se puede definir como la fluctuación de personal entre una organización y su ambiente; esto se define por el volumen de personas que ingresan en la organización o el de las que salen de ella. La rotación de personal se expresa mediante la relación porcentual entre las admisiones y los retiros, y el promedio de los trabajadores que pertenecen a la organización en cierto periodo. (Chiavenato, 1998)

Es consecuencia de ciertos factores internos o externos en la organización sobre la actitud y el comportamiento del personal. Dentro de los factores externos podemos citar la situación de oferta y demanda de Recursos Humanos, y uno de los factores internos que ocurren en la organización podemos mencionar son las políticas administrativas de la organización (Externalización).

La externalización puede afectar a los empleados principalmente en dos formas; por ejemplo, si el empleado la percibe en forma positiva encuentra en nuevo entorno estimulante y desafiante identificando una oportunidad de trabajar en una compañía especializada presentando posibilidades de aprendizaje superiores a las que se tenían dentro de la organización. Sin embargo los estudios demuestran que el gran número de los empleados la perciben en forma negativa (Brooks, Miller and Korzaan, 2009) ya que pueden sentirse no competitivos, inseguros en sus habilidades derivado de los años que han permanecido en la organización. Un ejemplo, es el que, los empleados experimentan un descenso en su moral, en la lealtad hacia el empleador considerando la externalización como una subestimación de sus capacidades o falta de confianza provocándoles un sentimiento de inseguridad laboral. Esto puede contribuir a la salida del personal con mejor talento y preparación al no sentirse a gusto en la organización.

El efecto negativo que perciban los empleados se debe principalmente, entre otras cosas, a que pueden pensar que dicha negociación es una amenaza para la seguridad de sus empleos; lo que ocasiona que la empresa experimente cierta resistencia por parte de sus empleados frente al cambio, este es un comportamiento normal ante un cambio de forma de trabajo los empleados se resisten cuando sienten que han perdido control sobre sus empleos y vidas dando por resultado efectos negativos en los empleados: inconformidad en el clima laboral, reducción en los niveles de productividad y calidad, mayor rotación de personal, ausentismo, ruptura de la curva de aprendizaje e inseguridad laboral.

La forma en cómo se lleve a cabo la estrategia de externalización, la satisfacción en el trabajo entre los miembros de la organización puede ir hacia abajo. Desde una perspectiva de gestión aplicada, esta pérdida de satisfacción entre los empleados puede ser importante porque los estudios empíricos han demostrado que los trabajadores insatisfechos tienen más probabilidades de salir de la empresa (Spector, 1997).

Si los empleados tienen una percepción negativa de la contratación externa, entonces su satisfacción en el trabajo sería reducido y su intención de abandonar la organización aumentará.

En respuesta a las presiones económicas las organizaciones se han visto obligadas a cambiar su estructura a través de fusiones, escisiones, adquisiciones acompañadas en la mayoría de las ocasiones un una reducción de mano de obra y en un uso más flexible de la forma de trabajo (horarios parciales o contratos temporales).

Como consecuencia de estas acciones un gran número de los empleados se sienten inseguros acerca del futuro de su empleo (Burchell, 2002).

Houseman, 2007 señala que la productividad puede aumentar a causa de una mejora en la eficiencia de los trabajadores: los trabajadores pueden producir más, con cualquier cantidad de insumos; también puede aumentar debido a las mejoras tecnológicas. Aunque el concepto de productividad es fácil de entender, medir la productividad en un sector o economía global es complejo. Los informes de los países típicamente muestran dos tipos de estadísticas: la productividad laboral y la productividad multifactorial.

El porcentaje de variación de la productividad se calcula mediante la variación porcentual de la producción menos la variación porcentual del insumo del trabajo, medido por horas trabajadas.

De la revisión de la literatura se observa que se tienen dos puntos de vista contrarios de los efectos de la inseguridad laboral en los empleados un grupo de investigadores lo identifican con un efecto negativo sobre el comportamiento y los resultados de los empleados ya que representan un factor de estrés, un obstáculo para la adecuada realización de las labores del empleado. (Armstrong-Stassen, 1993; De Witte, 1999, Cavanaugh et al., 2000).

Sin embargo otros investigadores (Borg y Elisur, 1992; Repenning, 2000) argumentan que la inseguridad en el empleo tiene un efecto positivo en los resultados del empleado señalando que el temor de perder su empleo puede motivar a los empleados para que participen activamente en su labores diarias ya que piensan que si dan mejores resultados el riesgo de ser despedidos disminuye.

Un estudio más reciente realizado por Gilboa, Shirom, Fritos y Cooper (2008) ofrecen una razón más para ver la inseguridad laboral como un reto señalando que si los empleados creen que si aumentan su desempeño mejorará el éxito de la organización y por tanto la seguridad de su empleo.

Algunos estudios empíricos refuerzan el efecto positivo de la inseguridad laboral como un desafío estresante que resulta en conductas positivas de los empleados podemos citar a Fischer et al., (2005) y De Cuyper et al., (2008) se observó que la inseguridad laboral está relacionada con más horas de trabajo.

En relación al ausentismo y la rotación de personal los empleados que tienden a ser ausentes pueden sentir temor de que ellos serán los primeros en ser despedidos por los empresarios conscientes de los costos que representan. A fin de no poner en peligro el empleo, los empleados reducen su

ausentismo. (Markham, 1985). Del mismo modo la inseguridad laboral puede hacer la rotación de personal menos probable al experimentar los empleados sentimientos de temor ya que consideran un cambio de empleo como un acontecimiento vital negativo que excede sus capacidades de afrontamiento.

Conclusiones:

La externalización puede tener consecuencias de gran alcance que no han sido considerados en el pasado. Aunque la externalización puede llevar a ciertos beneficios financieros para la organización, estos pueden verse disminuidos por el efecto negativo que el proceso de externalización puede traer en la productividad y rotación del personal..

Por tanto, en función de la teoría de recursos y capacidades una organización externalizará una actividad cuando las capacidades de la empresa se hallan por debajo de las capacidades de los proveedores. En este sentido, los proveedores dotan a la empresa de recursos en los cuales están especializados y han realizado una inversión a lo largo del tiempo para su desarrollo, obteniendo así una capacidad superior a la de cualquier empresa que las realiza internamente. Ese potencial de ventaja competitiva puede ser transmitido a las empresas que adquieren el servicio en términos de costos menores, una mayor profesionalidad y una mayor calidad de los servicios que se han externalizado.

Los directivos deben ser conscientes de que en los procesos de externalización deberán considerar el efecto que esta puede traer en el comportamiento del personal involucrado, de no ser así se correrá el riesgo de que la externalización sea un fracaso..

Bibliografía

1. Amit, R., & Schoemaker, P. J. H. (1993). Strategic Assets And Organizational Rent. *Strategic Management Journal*, 14(1): 33.
2. Armstrong-Stassen, M. (1993). Production workers' reactions to a plant closing: The role of transfer, stress, and support. *Anxiety, Stress and Coping: An International Journal*, 6, 201-214.
3. Barney, J. B. (1986). Strategic Factor Markets: Expectation, Luck, And Business Strategy. *Management Science*, 32: (10): 1231 – 1241.
4. Barney, J.B. (1996): “Firm Resources And Sustained Competitive Advantage”, *Journal Of Management*, Vol. 17, Núm. 1, Pp. 99-120.
5. Barney, J.B. (1999): “Firm Resources And Sustained Competitive Advantage”, *Journal Of Management*, Vol. 17, Núm. 1, Pp. 99-120.
6. Borg, I., & Elizur, D. (1992). Job insecurity: Correlates, moderators and measurement. *International Journal of Manpower*, 13(2), 13-26.
7. Brooks, Nita: Understanding It Outsourcing And Its Potential Effects On It Workers And Their Environment. *The Journal Of Computer Information Systems*; Summer 2006; 46, 4; Abi/Inform Global.
8. Burchell, B. (2002). The prevalence and redistribution of job insecurity and work intensification. In B. Burchell, D. Ladipo, & F. Wilkinson (Eds.), *Job insecurity and work intensification* (pp. 61-76). London: Routledge
9. Cachon, G. P., & Harker, P. T. 2002. Competition And Outsourcing With Scale Economies. *Management Science*, 48(10):1314 – 1333
10. Cavanaugh, M. A., Boswell, W. R., Roehling, M. V., & Boudreau, J. W. (2000). An empirical examination of self-reported work stress among U.S. managers. *Journal of Applied Psychology*, 85, 65-74.
11. Chiavenato, I (1998). *Administración de Recursos Humanos*. Bogota Colombia: Mc.Graw Hill
12. Conner, K.R. (1991): “A Historical Comparison Of Resource-Based Theory And Five Schools Of Thought Within Industrial Organization Economics: Do We Have A New Theory Of The Firm?”, *Journal Of Management*, Vol. 17, Pp.121-154.
13. De Cuyper, N., Bernhard-Oettel, C., Berntson, E., Witte, H. D., & Alarco, B. (2008). Employability and employees' well-being: Mediation by job insecurity. *Applied Psychology: An International Review*, 57, 488-509.
14. D Lilly, Juliana., A Gray, David & Meghna, Virick: Outsourcing The Human Resource Function: Environmental And Organizational. *Journal Of Business Strategies*; Spring 2005; 22, 1; Abi/Inform Global
15. Eisenhard, K. M., & Martin, J. A. 2000. Dynamic Capabilities: What Are They? *Strategic Management Journal*, 21(10/11): 1105 -1121
16. Fisher, Sandra L., Wasserman, Michael E. Wolf, Paige P. & Katherine Hannan Wears: Human Resource Issues In Outsourcing: Integrating Research And Practice
17. Fischer, F. M., Oliveira, D. C., Nagai, R., Teixeira, L. R., Júnior, M. L., Latorre, M. d. R. D. O., et al. (2005). Job control, job demands, social support at work and health among adolescent workers. *Revista de Saúde Pública*, 39, 245-253.
18. Gilboa, S., Shirom, A., Fried, Y., & Cooper, C. (2008). A meta-analysis of work demand stressors and job performance: Examining main and moderating effects. *Personnel Psychology*, 61, 227–271.
19. Grant, R. M. (1991). Resourced Based Theory Of Competitive Advantage: Implications Of Strategy Formulation. *California Management Review*, 33(3), 114-135.
20. Grant, R. M. (1992): *Contemporary Strategy Analysis: Concepts, Techniques, Applications*. Basil Blackwell. Cambridge, Ma, Estados Unidos. [Traducción Realizada Por Fernández Z., Lorenzo G., Ruiz, J. En Grant (1995). *Dirección Estratégica: Conceptos, Técnicas Y Aplicaciones*. Editorial Civitas L

21. Grant, R. M. (1996). Toward A Knowledge – Based Theory Of The Firm. *Strategic Management Journal*, 17 (Special Issue: Knowledge And The Firm): 109 – 122.
22. Helfat, C. E., & Peteraf, M. A. 2003. The Dynamic Resource – Based View: Capability Lifecycles. *Strategic Management Journal*, 24(10): 997 -1010.
23. Hoopes, D. G., & Madsen, T. L., & Walker, G. 2003 Why Is There A Resource – Based View? Toward A Theory Of Competitive Heterogeneity. *Strategic Management Journal*, 24(10): 889 - 902.
24. Houseman, Susan : Outsourcing , Offshoring And Productivity Measurement In United States Manufacturing
25. Jennigs, D. (1997): "Strategic Guidelines For Outsourcing Decisions". *Strategic Change*, 6, Pp. 85-96.
26. Kessler, Ian –Shapiro, Jackie Coyle & Purcell; John : Outsourcing And The Employee Perspective *Human Resource Management Journal*; 1999; 9, 2; Abi/Inform Global
27. Kim, Gyeong-Min & Won, Hyun Jung :Hr Bpo Service Models For Small And Medium Enterprises College Of Business, Ewha Womans University, Seoul, Korea
28. Lippman, S. & Rumelt, R. (1982) Uncertain Imitability: An Analysis of Interfirm Differences under Competition, *Bell Journal of Economics*, 12, 418 - 438.
29. Peteraf, M. A. (1993). The Cornerstones Of Competitive Advantage: A Resource-Based, *Strategic Management Journal*, 14(3), 179-191
30. Prahalad, C. K.; & Hamel, G. (1990): "The Core Competence Of The Corporation", *Harvard Business Review*, Vol. 68, Núm. 3, Pp. 79-93.
31. Quinn, J. B.; Doorley, T. L.; Y Paquette, P. C. (1990): "Tecnology In Services: Rethinking Strategic Focus". *Sloan Management Review*, (Winter), Pp. 79-87.
32. Quinn, J.B.; Hilmer, F.G. (1994): "Strategic Outsourcing", *sloan Management Review*, (Summer), Pp. 43-55.
33. Quinn J. B. (1999): "Strategic Outsourcing: Leveraging Knowledge Capabilities", *Sloan Management Review*, (summer), Pp. 9-21.
34. Rothaermel, F., Hitt, M., & Jobe, L. 2006. Balancing Vertical Integration and Strategic Outsourcing: Effects On Product Portfolio, Product Success, And Firm Performance. *Strategic Management Journal*, 27(11): 1033 - 1056
35. Rumelt, R.P. (1984): "Toward a Strategic Theory of the Firm". En R.B. Lamb (Ed.), *Competitive Strategic Management*, Prentice Hall, Englewood Cliffs:Nj, Pp. 483-498.
36. Sislian, E., & Satir, A. 2000. Strategic Sourcing: A Framework And A Case Study. *Journal Of Supply Chain Management*, 36(3): 4 - 11.
37. Wade, M., & Hulland, J. 2004. The Resource – Based View And Information Systems Research: Review, Extension, And Suggestions For Future Research. *Mis Quarterly*, 28(1): 107 - 142.
38. Wernerfelt, B. 1984. A Resource – Based View Of The Firm. *Strategic Management Journal*, 5 (2): 171 – 180.
39. Williamson, O. (1975). *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*. New York: Free Press.
40. Williamson, O.E. (1979): "Transaction Cost Economics: The Governance Of The Contractual Relations", *Journal Of Law And Economics*, Vol. 22, Núm. 2, Pp. 233-261.
41. Zhu, Z., Hsu, K., & Lillie, J. (2001). Outsourcing—A Strategic Move: The Process And The Ingredients For Success. *Management Decision*, 39(5/6), 373-378.

LA CALIDAD DE VIDA EN EL TRABAJO DEL RECURSO HUMANO

Jaqueline Toscano Galeana jaquelinetoscano@gmail.com

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Yuritzi Lizet Gámez Béjar yuryga80@hotmail.com

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

La calidad de vida en el trabajo se refiere al carácter positivo o negativo de un ambiente laboral, la finalidad básica es crear un ambiente que sea excelente para los empleados, además de que contribuye a la salud económica de la organización. Los elementos de un programa típico comprenden muchos aspectos como: comunicación abierta, sistemas equitativos de premios, interés por la seguridad laboral de los trabajadores y la participación en el diseño de puestos. Los programas de vida laboral ponen en relieve el desarrollo de habilidades, la reducción del estrés ocupacional, y el establecimiento de relaciones más cooperativas entre la dirección y los empleados.

Así mismo la calidad de vida en el trabajo constituye un avance respecto al diseño tradicional del trabajo de la administración científica, que se centraba principalmente en la especialización y eficiencia para la realización de tareas pequeñas. A medida que evolucionó, fue utilizando la división total del trabajo, una jerarquía rígida y la estandarización de la mano de obra para alcanzar su objetivo de eficiencia. Con ello se pretendía disminuir los costos por medio de empleados que realizaban trabajos repetitivos y no calificados.

También la calidad de vida en el trabajo es un tema en la administración del recurso humano de las organizaciones modernas, este material pretende mencionar los aspectos más importantes que se deben considerar para alcanzar un nivel adecuado de vida de los trabajadores. La calidad de vida enfoca al individuo como un ser social, con necesidades físicas, mentales, espirituales, económicas, emocionales. Actualmente uno de los problemas a los que se enfrenta el trabajador es que tiene jornadas mayores a 10 horas que lo hacen comportarse menos humano, sin mostrar sus sentimientos y encaminado hacia la productividad. Es importante destacar que la calidad la hacen las personas y no las máquinas.

Palabras clave: Calidad de vida, recurso humano.

Abstract:

The quality of work life refers to the positive or negative work environment, the basic aim is to create an environment that is good for employees, and contributes to the economic health of the organization. The elements of a typical program includes many aspects such as open communication, equitable system of rewards, interest in workplace safety and workers' participation in job design.

Work life programs underscore the development of skills, occupational stress reduction, and the establishment of cooperative relationships between management and employees.

Also the quality of life at work is an improvement over the traditional design of the work of scientific management, which focused primarily on the expertise and efficiency for small tasks. As it evolved, was using the total division of labor, a rigid hierarchy and standardization of the workforce to achieve its objective of efficiency. The aim was to reduce costs by employees who performed repetitive and unskilled jobs.

Also the quality of work life is an issue in human resource management in modern organizations, this material is intended to mention the most important aspects to be considered to achieve an adequate standard of living of workers. The quality of life focuses on the individual as a social being, with physical, mental, spiritual, economic, emotional. Currently one of the problems facing the workers is that it has greater than 10 hours days that make it behave less human, not showing their feelings and aims towards productivity. Importantly, the quality is made by people and not machines.

Keywords: Quality of life, human resources.

Desarrollo del trabajo

En México como en otros países se ha escrito información sobre calidad, de sus conceptos y definiciones, sus características, los elementos que la integran, la evolución de la calidad en las organizaciones, también se ha clasificado a la calidad por generaciones, su filosofía y la cultura que es importante integrar en las empresas, existen varios modelos de prestigiados investigadores sobre el tema y sus propuestas han sido aplicadas obteniendo distintos resultados. Cuando se hace referencia a la calidad de vida hablamos de un tema de actualidad en la administración del factor humano de las organizaciones modernas.

La calidad de vida en el trabajo es un concepto que va más allá de lo físico pues implica valores y actitudes mentales, la actitud de aprendizaje permite lograr una conciencia clara de lo que es importante. Un individuo maduro tiene la capacidad de alcanzar 4 aspectos básicos: El equilibrio con uno mismo, con la familia, con el trabajo y con el mundo. Su crecimiento debe ser integral tratando de unir los aspectos; físicos, espirituales, psicológicos y la influencia que tiene el individuo con el intercambio de ideas, conocimientos, habilidades y aprendizajes en su ambiente de trabajo que modifican su conducta y facilitan la recuperación de los valores y principios que puede ser la clave de la búsqueda hacia una nueva filosofía personal, que facilite el logro de las metas individuales y profesionales.

El individuo es un ser social por su propia naturaleza con necesidades físicas, intelectuales, espirituales, económicas y emocionales; la mayoría de las personas entiende de manera distinta las necesidades que tiene y la prioridad en cada caso (Guzmán, Isaac; 1987). El aspecto social se encuentra en el entorno en el que se desenvuelve el individuo y lo va adaptando a su vida de acuerdo a lo que piensan otras personas que lo rodean y que le sirven de referencia. La imagen de uno ante los demás determina como se concibe uno mismo, cuando en realidad esto debería ser a la inversa. La mayor parte de las personas hacen una diferencia entre lo que son y lo que no son de manera

inconsciente y se manifiestan con una conducta distinta en su ambiente laboral y tienen un comportamiento diferente en lo social, es poco común encontrar a personas que mantienen un equilibrio entre lo que son como personas y su comportamiento laboral y social (French, Wendell; 1996 & Robbins, Stephen; 1996).

En el pasado como actualmente las personas pasan más de 10 horas en sus actividades laborales, comportándose lo menos humanamente posible, sin demostrar sus sentimientos y emociones, enfocados a su productividad y lo que ésta representa para su desempeño laboral, por otro lado son las organizaciones las que buscan incrementar los beneficios económicos que representan las personas para la organización, llegando a confrontarlas con los sentimientos, sus valores, la productividad y su desempeño (Maslow, Abraham; 1954; 1969) Los resultados han ocasionado un gran aumento en los niveles de estrés de las personas con manifestaciones importantes de angustia e intranquilidad, que les afectan, disminuyendo su desempeño hasta alcanzar niveles de un 50% de lo que representa su potencial, por esta razón las personas en la realización de sus actividades y tareas efectúan un mínimo esfuerzo laboral para solamente conservar su trabajo. (Mark, Smith-Palliser; 2002).

La calidad como concepto central del cambio la hacen las personas y no las máquinas, por lo tanto la calidad de vida alcanzada por las personas dependerá del logro de la aplicación correcta de las teorías de la calidad total. Por esta razón nace la importancia de generar las mejores condiciones para lograr un aumento de productividad y mejoras significativas en el ámbito laboral. (Cano, Cecilia; 2002).

La manera de pensar, de sentir y de actuar de las personas refleja la conducta y los valores que los guían en la vida. Ser congruente en los diversos espacios en que se desenvuelve el individuo es uno de los retos más difíciles de alcanzar, sin embargo este motivo es lo que puede dar sentido a su existencia. (Fromm, Erich; 1990 & Robbins, Stephen; 1996). Hoy en día existen factores externos como los medios de comunicación que han modificado los códigos, las tradiciones y las creencias de los pueblos. Una gran cantidad de información hace que cada día las personas tengan más actualización y logren mayor grado de especialidad en sus campos profesionales, pero no se debe olvidar que la vida no perdona la vocación de ser padre, profesionista, artista, político, religioso o profesor.

El impacto de los medios por la propaganda masiva, los cambios en la moda y estilos de vida han logrado una carencia de valores y principios en las personas, perdiendo el afecto y gran parte de su compromiso en sus diferentes ambientes. Para evitar encontrarnos en esta situación el individuo debe realizar una reflexión en cuanto a su autoconocimiento, meditación relacionada con sus aspiraciones y expectativas, buscar una vida emocional trascendente y una sana integración de mente y cuerpo (Robbins, Stephen; 1996). Para alcanzar estos aspectos se debe tener una visión optimista, incrementando las potencialidades de las personas, enseñando a desarrollar la capacidad de elegir un camino congruente con un crecimiento integral (Casares & Siliceo, 1984).

La forma de lograr un buen ambiente de trabajo con el compromiso de los trabajadores de mejorar su productividad se basa en la confianza mutua del personal que permite darle un lugar a cada uno, integrando las metas individuales a los objetivos grupales y organizacionales para alcanzar un clima positivo, más agradable, orientado hacia la colaboración de todos por el mismo fin.

La calidad de vida debe ser un estado positivo, desde varios puntos de vista es lograr estar en plenitud y poder funcionar al cien por ciento. Físicamente, significa encontrarse en las mejores condiciones, sano, fuerte y con la resistencia necesaria para enfrentar las enfermedades y poder sobreponerse rápidamente a ellas. Desde el punto de vista intelectual es poder disfrutar de lo que hace uno, asumiendo las responsabilidades y combatiendo las presiones que generan tensión y estrés. Desde el punto de vista emocional es mantenerse en paz. La persona que mantiene su calidad de vida es un individuo que se siente bien, que esta vigoroso y entusiasmado con la sonrisa de sentirse bien en todas sus dimensiones. El conocimiento de uno mismo se puede comprender como la conciencia que la persona tiene de sus necesidades reales de crecimiento y trascendencia. Por lo tanto mantener un nivel de energía suficiente, buena salud y el adecuado funcionamiento del organismo, garantizan al individuo su integración elemental del desarrollo físico, fisiológico, psicológico y espiritual. Una buena alimentación y un régimen ordenado de vida y trabajo pueden ser el complemento adecuado (Cano, Cecilia; 2002).

La actitud de aprendizaje en el individuo permite alcanzar una conciencia clara de la inagotable necesidad de aprender en la vida, se aprende de cualquier experiencia que la vida nos pone desde la más insignificante hasta la más trascendente.

Los que están preparados para el cambio, tienen la capacidad de vivir y buscar nuevas experiencias, nuevos valores, nuevas actividades y estilos de vida, que sean congruentes con su forma de pensar y posibilidades (Fromm, Erich; 1990). El sentido de logro es uno de los motivadores más importantes que canalizan la energía física y emocional del ser humano para la consecución de sus objetivos. Imprime un sello personal al trabajo y a la vida cuando se convierten en parte de lo elemental para trascender y una manera de ser muy auténtico.

El propósito de la calidad de vida en el trabajo laboral es mejorar el rendimiento organizacional, y por tanto el bienestar económico de la sociedad, al mejorar la calidad de las experiencias de la vida laboral de los miembros de las organizaciones (Davis, 1991). Por ello, siempre hay tres beneficiarios potenciales de un programa de calidad de vida en el trabajo: 1) los trabajadores, 2) las organizaciones, y 3) la nación o la sociedad en general. Sin embargo, los beneficios potenciales se acrecientan para aquellos diferentes receptores en distintos períodos. Si el contenido de los trabajos y el clima organizacional se disponen de tal manera que proporcionen una experiencia laboral de calidad desde el punto de vista de los miembros de una empresa, entonces los individuos experimentarán un mejoramiento en las condiciones de sus trabajos (a corto plazo). Teóricamente, esto acrecentará la motivación, lo cual creará los beneficios organizacionales (a plazo medio). El mayor rendimiento en todas las organizaciones debería mejorar las condiciones económicas a largo plazo.

El concepto de calidad de vida en el trabajo se puede definir de la siguiente manera:

- La calidad de vida en el trabajo es una filosofía de gestión, que mejora la dignidad del empleado, realiza cambios culturales y brinda oportunidades de desarrollo y progreso para las personas (French, Wendell, 1996; 375).

-

La calidad de vida en el trabajo es un conjunto de creencias que engloban y abarcan todos los esfuerzos por lograr un incremento de la productividad y mejorar la moral y la motivación de las

personas, aumentando su participación, permite preservar su dignidad y elimina los aspectos disfuncionales de la jerarquía organizacional (Gibson, Ivancevich, Donnelly; 1996; 908).

•

La Calidad de Vida en el Trabajo puede tener varios significados, pero en los últimos años se ha consolidado como una forma nueva de trabajo en las organizaciones participativas (Robbins, Stephen; 1996; 485).

La calidad de vida en el trabajo resume dos posiciones antagónicas: por un lado, la reivindicación de los empleados en cuanto al bienestar y la satisfacción en el trabajo; por otro, el interés de las empresas respecto de los efectos potenciadores sobre la productividad y la calidad (Chiavenato, 2000)

La mayoría de los programas de calidad de vida en el trabajo han comenzado en la parte inferior de la organización y se han concentrado en el trabajo realizado por personal que no pertenece al cuerpo de supervisión y que están asalariados o cobran por hora (Davis, 1975). En estos casos, la meta principal ha sido darle a este segmento de la fuerza de trabajo un control más directo sobre su ambiente laboral inmediato. Esto requiere de la participación directa del trabajador en lo que respecta a: 1) establecer criterios deseables de calidad de vida en el trabajo, 2) analizar el sistema actual de organización del trabajo, 3) generar formas opcionales de organización del trabajo con el fin de incorporar los criterios especificados calidad de vida en el trabajo, 4) escoger la nueva forma de organización del trabajo, 5) implantar el nuevo sistema de trabajo y 6) controlar su rendimiento o realización.

La mayoría de los programas calidad de vida en el trabajo comienzan con equipos de diseño formados por trabajadores, supervisores y gerentes, y especialistas técnicos y asesores. Estas personas juntas son capaces de proporcionar la gama más amplia de información y de experiencia. Sin la participación de los gerentes y los asesores, la solución tal vez sea demasiado limitada y excluya la necesidad de incorporar el nuevo sistema de trabajo dentro de la organización. Esto podría reducir la coordinación intraorganizacional y, por tanto, tener un efecto negativo en la eficacia organizacional. Sin hacer participar a los trabajadores que serán afectados por el nuevo diseño, se pierde la experiencia de primera mano y aumenta el potencial de la resistencia de los trabajadores al cambio.

El tema principal respecto a la tecnología y la calidad de vida en el trabajo es el de la elección. ¿Hay elección en el diseño del trabajo y la organización o todas las decisiones de diseño están determinadas previamente por imperativos de ingeniería? La evidencia actual sugiere que la tecnología es tan rica en arreglos y variaciones potenciales que las consideraciones de diseño del trabajo y la organización pueden residir casi exclusivamente en el lado social de la ecuación (Davis, 1991). La tecnología no tiene que determinar previamente el diseño del sistema del trabajo.

CONCLUSION

La calidad de vida en el trabajo comprende diversos factores, como satisfacción con el trabajo ejecutado, posibilidades de futuro en la organización, reconocimiento por los resultados obtenidos, salario recibido, beneficios ofrecidos, relaciones humanas en el grupo y la organización, ambientes psicológico y físico de trabajo, libertad de decidir, posibilidad de participar, etc.

Sin lugar a duda debemos tener en cuenta la importancia de la calidad de vida en el trabajo para crear las condiciones necesarias que posibiliten un ambiente laboral sano y así lograr el equilibrio y el éxito de la compañía, para así poder conseguir un proceso de desarrollo óptimo para cada uno de sus miembros.

Se puede entonces decir que la calidad de vida en el trabajo es una forma diferente de ambiente dentro de las empresas, que se enfoca hacia el desarrollo y crecimiento sano del trabajador, en combinación con el incremento de la eficiencia organizacional (Hoffman, Walter; 1990).

Los principales criterios sugeridos para alcanzar la calidad de vida en el trabajo pueden aceptarse cuando un individuo maduro tiene la capacidad de alcanzar 4 aspectos básicos.

- a) El equilibrio con uno mismo.
- b) El equilibrio con la familia.
- c) El equilibrio con el trabajo.
- d) El equilibrio con el mundo.

El crecimiento en el ser humano debe ser integral tratando de alcanzar los siguientes espacios.

Físico, Espiritual, Psicológico, influencia e intercambio y Conocimiento y habilidades

La forma de lograr un buen ambiente de trabajo con el compromiso de los trabajadores de mejorar su productividad se basa en la confianza mutua del personal, que permite darle su lugar a cada uno planeando las metas individuales vinculadas a los objetivos grupales y de la organización, logrando un clima de colaboración enfocados todos hacia el mismo fin. (Efecto sinérgico).

La calidad de vida en el trabajo es una filosofía que mejora la dignidad del empleado, realiza cambios culturales y brinda oportunidades de desarrollo y progreso, incluyen todo un conjunto de creencias que abarcan los esfuerzos por lograr un incremento de la productividad, la moral y la motivación de las personas. La Calidad de Vida en el Trabajo se puede ver como una forma moderna de laborar en las organizaciones, incrementando su eficiencia para el aprovechamiento de los recursos hacia logro de los objetivos establecidos.

Referencias Bibliográficas

- B. Werther William, Jr /Davis Kate “Administración de personal y Recursos Humanos”, 3era Edición, Ed. Mc Graw Hill, México, D.F. 1991.
- Chiavenato Adalberto, “Administración de Recursos Humanos”, 5ta. Edición, Ed. Mc Graw Hill, Colombia, 2000
- Cano, Cecilia. La calidad de vida, Internet. México 2002.
- Casares A. David, Siliceo A. Alfonso. Planeación de vida y carrera, Editorial Limusa, primera edición, 2 reimpresión, México, 1984.
- French, Wendell. Desarrollo Organizacional, Editorial Prentice Hall, 5ta Edición. México, 1996.
- Fromm, Erich. Ética y Psicoanálisis, Editorial Paidós, México, 1990.
- Gibson, Ivanicevich, Donelly. Las Organizaciones, Editorial McGraw Hill, 8va Edición, Guzmán Valdivia, Isaac. Humanismo Trascendental y Desarrollo México, Editorial Limusa, México, 1987.
- Hoffman, Walter. Las 500 Fórmulas del Triunfador, Editorial Diana, México, 1990.
- Maslow, Abraham. La Personalidad Creadora, Editorial Paidós, México 1969.
- Robbins, Stephen y otros, Fundamentos de Administración, Editorial Prentice Hall, México, 1996.

ESTUDIO SOBRE LA PRESENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LÍNEA EN EL SECTOR HOTELERO PARA EL ESTADO DE EN TLAXCALA

LI Yenni Vázquez Carrasco yenni_libni@hotmail.com
Instituto Tecnológico de Apizaco
M.A. Kathy Laura Vargas Matamoros posgradovargas@hotmail.com
Instituto Tecnológico de Apizaco
Dra. Alejandra Torres López tesistamia.ale@hotmail.com
Instituto Tecnológico de Apizaco

Resumen:

Hoy día las redes sociales en línea se han convertido un medio de publicidad poderoso para muchas empresas, gracias a que permiten estar en contacto directo con el cliente y conocer sus necesidades e inquietudes de manera oportuna y veraz; esto se traduce en una ventaja competitiva que se debe aprovechar al máximo. El presente artículo expone un estudio en el sector hotelero del estado de Tlaxcala, con el objetivo de responder a algunas de las siguientes preguntas: ¿existe una relación entre comercio electrónico y redes sociales? ¿Las redes sociales pueden ayudar a incrementar las ventas en línea? ¿Las redes sociales ayudan a generar confianza entre los consumidores al momento de adquirir un producto o servicio? Estas y otras variables se analizan a lo largo del artículo.

Palabras clave: Redes Sociales, Turismo y Comercio electrónico.

Abstract

Today, online social networks have become powerful advertising medium for many businesses, thanks to let you in direct contact with the client and their needs and concerns in a timely and accurate, this translates into a competitive advantage should be to maximize. This paper presents a study in the hotel sector of the state of Tlaxcala, in order to answer some of the following questions: Is there a relationship between commerce and social networks? Are social networks can help increase online sales? Do social networks help to build trust among consumers when purchasing a product or service? These and other variables are discussed throughout the article.

Keywords: Social Media, Tourism and Electronic Commerce.

Introducción

Con el surgimiento del internet se han obtenido grandes beneficios, podemos mencionar algunos de ellos como es el caso de la reducción de costos de comunicación y la disminución en el período de tiempo necesario para mercadear los productos y servicios, hacer posible la entrega de información en formato digital, permitir hacer alianzas comerciales más amplias e integradas entre otros (Laudon, 2009).

Actualmente las industrias y empresas reciben una influencia cada vez mayor de las aplicaciones de Internet, como lo es el comercio electrónico y las redes sociales en línea, estudios realizados por AMIPCI (Asociación Mexicana de Internet) en Septiembre del presente año demuestran que el uso de este tipo de tecnologías de información se han incrementado de manera considerable, por ejemplo, el comercio electrónico creció un 85% en comparación con el año 2007 al 2008, por otro lado es importante mencionar que 6 de cada 10 personas de 1149 entrevistados en México, se conectan diariamente a las redes sociales en línea, (AMIPCI, 2011) siendo Facebook el más visitado (Aced,

2010); por lo que el objetivo a desarrollar en el presente artículo es conocer si las redes sociales ayudan en el incremento de las transacciones electrónicas en línea y de ser así cómo es que este fenómeno se está dando, en consecuencia se describe el tipo de estrategias implementadas por las empresas del sector hotelero.

Marco teórico

Para esta investigación se definen algunos conceptos básicos relacionados con la misma, ya que es de vital importancia conocerlos:

En primer lugar se definen las Tecnologías de la Información (TIC'S), como el conjunto de avances tecnológicos que proporcionan la informática, las telecomunicaciones y las tecnologías audiovisuales, las cuales proporcionan información, herramientas para su proceso y canales de comunicación. (Plana, Cerpa, & Bro, 2005)

Jong (2010) dice que las “Las redes sociales son los usuarios, no la plataforma”, es decir las redes sociales en línea son el uso de las tecnologías de información para compartir opiniones, experiencias y perspectivas con los demás, por lo que el nuevo modelo de comunicación online es la conversación en comunidad.

Flores (2009), nos dice que el paradigma de las redes sociales es generar una cultura de red, es decir tomar como base a Internet como un cúmulo de conocimiento derivada de millones de personas conectadas en la red con el talento, la imaginación e inteligencia.

Gary (2004) define al comercio electrónico como el uso de la transmisión electrónica de datos para llevar a cabo la o incrementar los procesos comerciales.

La OMT en el año de 1988 define al turismo como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos (Pérez, 2004).

Metodología

Tomando como base lo que nos dice Sampieri (2006), la presente investigación es mixta ya que recae en dos tipos de investigación: exploratoria y descriptiva, es decir es exploratoria dado que el tema de redes sociales es un concepto nuevo y que empieza a ser estudiado, por otro lado es descriptiva ya que se analizan un total de 16 variables y el comportamiento de cada una de ellas en el presente estudio.

El tipo de investigación que se presenta en este estudio es no experimental, debido a que no se busca manipular variables, solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para que posteriormente puedan ser analizados.

Población y Muestra:

Para poder determinar el tamaño de la población, se acudió a la Secretaría de Turismo del estado de Tlaxcala con la finalidad de conocer el número de hoteles con los que cuenta el estado y cuántos de ellos cuentan con página web, a continuación se muestra una tabla con los datos que se obtuvieron:

Tabla 1: Población

Clasificación	Cantidad
Hoteles Registrados	160
Hoteles cerrados temporalmente	6
Hoteles que cuentan con página web	27

Fuente: Autoría propia, 2011

Recolección de datos

La recolección de datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico (Hernández, Fernández & Collado 2006).

En la figura 1 se muestra el plan a seguir para llevar a cabo la recolección de los datos.



Fuente: Autoría propia, 2011

Como se muestra en la figura 1 para esta etapa se tomó como instrumento de medición un cuestionario el cual ha sido modificado y aplicado 3 veces a la misma población, quedando de la siguiente manera:

Tabla 2: Instrumento de medición

Numero de cuestionario	Motivo de Aplicación	Estructura de cuestionario	Número de encuestados
1	Prueba Piloto	8 Preguntas con escala likert, 8 Preguntas dicotómicas y 2 Preguntas abiertas TOTAL: 19	10 empresas
2	Validación de prueba piloto	10 Preguntas con escala likert, 9 Preguntas dicotómicas y 3 Preguntas abiertas TOTAL: 23	8 empresas
3	Cuestionario Final	12 Preguntas con escala likert, 9 Preguntas dicotómicas y 3 Preguntas abiertas TOTAL 24	27 empresas (Total de la muestra)

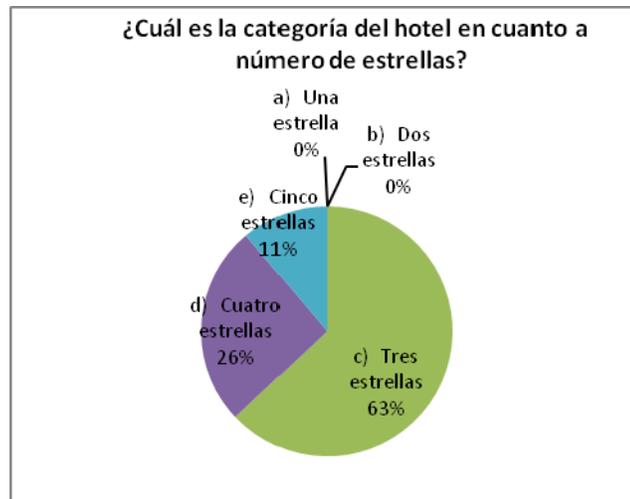
Fuente: Autoría propia, 2011

El instrumento de medición fue validado a través de la opción de contenido y de validez de constructo.

Resultados

Cabe mencionar que dentro de los resultados obtenidos solo se muestran algunas gráficas de las variables analizadas.

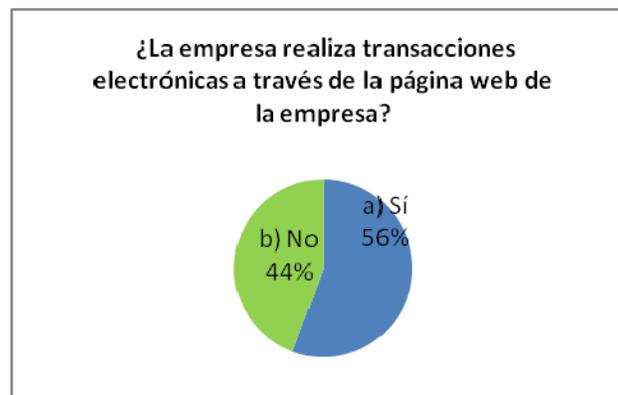
Gráfica 1: Clasificación del hotel



Fuente: Autoría propia, 2011

Un factor importante a considerar para el uso de las tecnologías de información es que las categorías de una estrella y dos no participan, la categoría que más participa es la de tres estrellas con 17 empresas, seguida por la de cuatro estrellas con 7 empresas y por último la de cinco estrellas con 3 empresas.

Gráfica 2: Transacciones electrónicas

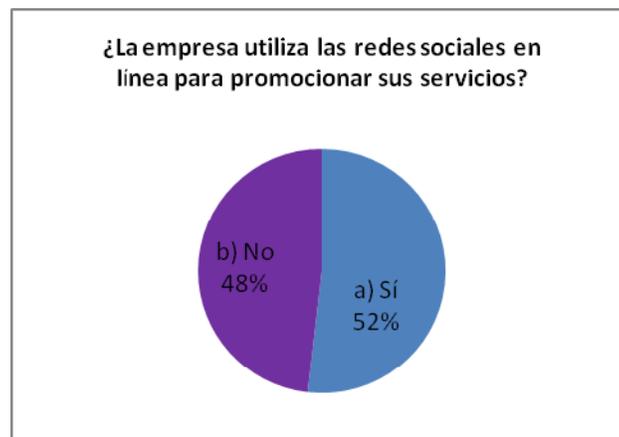


Fuente: Autoría propia, 2011

De las 27 empresas encuestadas 15 realizan transacciones electrónicas a través de su propia página web obteniendo como beneficios: Aumento de clientes, mejora de productividad y obtención de mayores márgenes de utilidad, del mismo modo se cuestiono al resto de las empresas que no hacen

uso del comercio electrónico: ¿Por qué no lo usan? siendo las principales causas: la falta de recursos económicos y porque consideran que no es necesario.

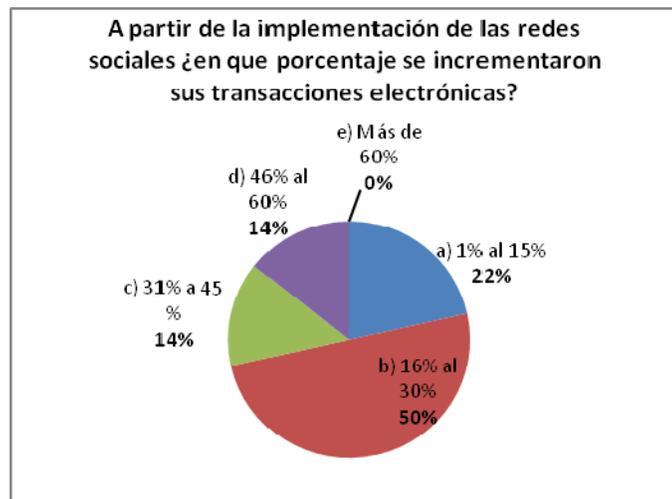
Gráfica 3: Uso de redes sociales



Fuente: Autoría propia, 2011

Cabe mencionar que no todas las empresas hacen uso de ambas herramientas a la par, en este caso de las 27 empresas encuestadas 14 hacen uso de las redes sociales teniendo como beneficios: mejor comunicación con sus clientes, atracción de nuevos clientes, mejora de la notoriedad e imagen de la marca, segmentación de mercado e incremento de ventas.

Gráfica 4: Incremento de transacciones electrónicas



Fuente: Autoría propia, 2011.

Esta gráfica representa la pregunta clave del presente estudio, pues demuestra que a partir del uso de las redes sociales el número de transacciones electrónicas se ha incrementado de manera considerable siendo del 16 al 30% el rango promedio en el más recaen las empresas.

Gráfica 5: Uso de estrategias en las redes sociales



Fuente: Autoría propia, 2011.

De las 14 empresas que hacen uso de las redes sociales solo el 50% tienen estrategias establecidas, las cuales son de tipo participativas en la que hacen que participar a sus clientes a través de preguntas sobre el servicio ofrecido y de tipo publicitarias que se encargan de difundir publicidad de los servicios y promociones que ofrecen las empresas.

Conclusiones

Primera: El nivel de uso de ambas tecnologías analizadas se encuentra en un 50 % promedio, lo que significa que se deben fomentar para que aquellas empresas que no las utilizan, conozcan sus beneficios y obtengan mayores márgenes de utilidad.

Segunda: El uso de las redes sociales ayuda a mejorar la comunicación con los consumidores, lo que permite generar confianza para poder adquirir el servicio ofrecido y generar la fidelización de los mismos.

Tercera: El uso de las redes sociales ayuda a incrementar las transacciones electrónicas, con un promedio del 16 al 30 % más en comparación con aquellas que no las utilizan; en consecuencia es de vital importancia establecer estrategias que conlleven al éxito del uso de las mismas y que no solo se utilicen porque esta de “moda”, de igual manera es importante mencionar que dentro de este estudio la red social más utilizada por los empresarios es Facebook, debido a su popularidad, facilidad de uso y por las herramientas que ofrece.

Trabajos a Futuro

Se analizaran las características de las estrategias empleadas por las empresas que hacen uso de las redes sociales en línea, con el objetivo de hacer una propuesta de mejora es decir, definir una metodología a seguir para que las empresas obtengan una ventaja competitiva en este mundo cada vez más globalizado.

Referencias Bibliográficas

Libros:

Aced, C. (2010). *Redes Sociales en un semana*. España: Grupo Planeta.

AMIPCI. (Septiembre de 2011). *Asociación Mexicana de Internet*. Recuperado el 15 de Octubre de 2011, de www.amipci.gob.mx

Gary, S. (2004). *Comercio electrónico*. México: Thomson.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Garw Hill.

Jong, R. d. (2010). *Sácale partido a Internet*. España: Planeta.

Laudon, K. C. (2009). *e-commerce*. México: PEARSON Prentice Hall.

Pérez, M. (2004). *Manual del turismo sostenible: cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*. Madrid: Mundi-Prensa.

Artículos:

Flores Vivar, J. M. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar* , 73-81.

Plana, C., Cerpa, N., & Bro, P. B. (2005). Bases para la creación de una ,etología de adopción de comercio electrónico para las pymes chilenas. *Univ Trapacá* , 49-63

TULA-TEPEJI, REGIÓN QUE DA PASO A LA CREACIÓN DE NUEVOS NEGOCIOS, A TRAVÉS DE FRANQUICIAS.

Tirso Javier Hernández Gracia thernan@uaeh.edu.mx Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
José Francisco Hernández Gracia jhernandez@uttt.edu.mx Universidad Tecnológica de Tula-Tepeji
Germán Sánchez Monjaraz germansm_@hotmail.com Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Resumen:

El plan maestro para el desarrollo sustentable de la región de Tula-Tepeji, establecido durante el sexenio del gobernador del Estado de Hidalgo, Miguel Ángel Osorio Chong (2005–2011), es fundamental; pues con la construcción de la nueva refinería bicentenario, pretende un crecimiento real de la zona, generar empleos y detonar nuevas inversiones. En un ambiente complejo para crear firmas triunfantes en nuestro país, los dueños de negocios optan por invertir en franquicias, porque constituyen una forma más rápida para adherirse a nuevas técnicas, estrategias de mercado, preparación de personal, productos y servicios reconocidos y considerablemente aceptados por el consumidor. El presente trabajo de investigación, expone en forma clara, el interés de la población y las condiciones necesarias propias de los municipios, tanto financieras como sociales, para contar con el establecimiento de franquicias, que posibiliten el crecimiento de fuentes de empleo, mayor demanda de bienes y servicios, mejora en el poder adquisitivo de la región y mayor oportunidad de negocios con menor riesgo, pues este tipo de negocios ha alcanzado un gran desarrollo gracias a la globalización. Asimismo se menciona lo referente al sistema de franquicias en México, la importancia y beneficios de las mismas, la forma de adquirir una franquicia y la forma de hacerse de recursos para la obtención de la misma. Para tener una visión más clara se llevaron a cabo encuestas que permitirán conocer, las necesidades de la región Tula-Tepeji, así como también cuántas franquicias están establecidas actualmente y la opción de proponer nuevos tipos de franquicias para la región.

Palabras clave: Desarrollo Sustentable; Empresas; Franquicias; Negocios.

Tula-Tepeji, a region that gives way to the creation of new Business, Through Franchising.

Abstract:

The master plan for sustainable development in the region of Tula-Tepeji, established during the period of the Governor of the State of Hidalgo, Miguel Ángel Osorio Chong, is crucial; for with the construction of the new Refinery Bicentenario, it aims a real growth in the area, jobs creation and promote new investment. In a complex environment for creating successful companies in our country, business owners choose to invest in franchising, because that is a faster way to adhere their selves to new techniques, marketing strategies, preparation of staff, products and services recognized and accepted by the consumer. This research work shows clearly the interest of the population and the necessary conditions of the municipalities, both financial and social, to have the establishment of franchises, which enables the growth of jobs, increases demand for goods and services, improves in the purchasing power of the region and greater business opportunities with less risk, because this kind of business has developed greatly thanks to globalization. It also mentioned what regards the franchise system in Mexico, the importance and benefits of them, how to acquire a franchise and how to seize resources to obtain it. To get a clearer picture, surveys that will meet the needs of the region of Tula-Tepeji were conducted, as well as how many franchises are currently set and the option to propose new types of franchises for the region.

Keywords: Development: companies; franchises; business.

Introducción

En este mundo moderno, invadido por una revolución tecnológica en prácticamente todos los ámbitos de la vida del ser humano, donde un fenómeno llamado globalización ha cobrado cada vez mayor importancia en el contexto empresarial, las organizaciones han transformado las formas de hacer negocio, imponiendo precisamente una cultura más moderna con los avances que se han tenido en materia de comunicación, procesamiento y manejo de información a través de máquinas y dispositivos electrónicos eficientes. Los tiempos han cambiado y hoy en día una de las formas más atractivas de hacer negocio es a través de la implementación de modelos de franquicias que en los últimos años se han hecho tan populares en muchos países europeos y latinoamericanos. En México, es común ver en las grandes ciudades negocios que operan bajo el modelo de franquicias, ofreciendo para los inversionistas formas más atractivas de invertir, disminuyendo el riesgo de su dinero a través de la adquisición del “know how” y la asistencia necesaria que les permite competir de manera más equitativa con las empresas que ya están consolidadas, no sólo a nivel nacional, sino a nivel mundial y que cuentan con gran capacidad de inversión y experiencia.

Al concepto de franquicia lo podríamos entender, como el derecho que se tendría de explotar un negocio, a través de la obtención de una concesión o también como un contrato o convenio, en donde los elementos principales de dicho contrato son: la marca, la imagen, la uniformidad del producto o servicio y por supuesto el pago del franquiciatario al franquiciante. Arce (1995). Es importante tener en cuenta que la evolución de las franquicias en México viene desde la Época de los ochentas y a través del paso de los años, ésta forma de hacer negocios se ha modificado y evolucionado hasta nuestros días, ya no son solo un otorgamiento de privilegios, sino una forma de expansión y transmisión de conocimientos o asistencia técnica entre empresas y que actualmente se ha adoptado como una forma de generar ingresos con éxito en las nuevas economías globales. Uno de los factores más relevantes que los visionarios de negocios toman en cuenta para invertir, es el oportunismo, es decir, buscan el momento más adecuado que garantice en el corto plazo una rápida penetración en el mercado meta, para capturar la preferencia de los consumidores. Tal es el caso de cuando, en algunas ciudades, regiones o municipios de los diferentes Estados de la República Mexicana, se construyen grandes centros comerciales, estadios de fútbol, centrales de autobuses, entre otras obras de importante magnitud, donde se espera una gran afluencia de gente, lo cual por supuesto genera necesidades de contar con productos y servicios que se ubiquen de forma estratégica para poder acceder a ellos. Tal es el caso, de la anunciada construcción, de la “Nueva Refinería Tula”, en la región Tula–Tepeji, la cual ha despertado el interés de muchos empresarios e inversionistas que ven en el corto plazo una oportunidad de hacer negocio. Aunado a la reciente conclusión de la carretera “Arco Norte”, que va desde San Martín Texmelucan hasta Querétaro, por lo que dicha región se ha convertido en un importante polo comercial para el Estado de Hidalgo. Es por ello, que la presente investigación va orientada hacia el análisis de las ventajas y desventajas que traerían consigo la apertura de nuevas franquicias en estos municipios, tomando como base la opinión de algunos habitantes y las condiciones que hoy en día imperan en esa zona.

En el planteamiento del problema desafortunadamente para el Estado de Hidalgo, Tula está considerada como una de las ciudades más contaminadas de México y el mundo, debido principalmente a la Refinería Miguel Hidalgo (RMH), la cual en promedio contamina cerca del 70% del total de las empresas que se encuentran instaladas en esa región. La RMH inicio operaciones desde 1976 y a la fecha es considerada como un "foco rojo" por la contaminación ambiental, aunque se han tomado medidas preventivas y correctivas, aún falta mucho por hacer. Con este simple párrafo

podemos tener una idea clara de los problemas relativos a la contaminación que actualmente sigue viviendo esa región del Estado de Hidalgo, no obstante con la construcción de la Nueva Refinería en dicho municipio traería consigo beneficios, como: i) un abasto más eficiente a nivel nacional, ii) mejorar las condiciones ambientales en Tula, iii) producir combustibles de mejor calidad, iv) reducir las importaciones de gasolina y v) generar oportunidades para empresas nacionales y empleos para los mexicanos. Es innegable que Tula ha crecido en los últimos años en el ámbito comercial, toda vez que se han instalado empresas importantes en esta región por lo que, se convierte en un punto estratégico que se conecta con el bajío. Por otro lado, el crecimiento de la población de la Región Tula-Tepeji, se asocia en gran parte al poder adquisitivo de la sociedad, ya que la mayoría de trabajadores son de la RMH, Comisión Federal de Electricidad, Bimbo, Cerillera la Central, Home Depot, entre otras; quienes han mostrado que tienen necesidades, mismas que son cubiertas en muchas ocasiones por franquicias que se encuentran ubicadas en la periferia de la ciudad de México (Satélite) y Querétaro.

A pesar de los problemas que se tienen en esa región, principalmente por la contaminación, pensamos que sigue siendo una zona atractiva para los inversionistas, quienes podrían establecer sus operaciones e iniciar nuevos negocios a través del concepto de franquicias, no obstante el papel que juega la sociedad en conjunto es determinante para conocer si existe la necesidad y el interés por parte de los pobladores del municipio de Tula y las zonas aledañas para recibir a este tipo de negocios y más aún que tipo de franquicias cuyos productos y servicios satisfagan las necesidades de los habitantes asimismo su instalación beneficia al franquiciatario, es por ello que con el presente estudio se pretende dar respuesta a la siguiente interrogante:

¿Qué tipo de franquicias podrían ser establecidas en Tula-Tepeji, con el propósito de cubrir las necesidades y deseos de la población, así como coadyuvar con ello en el desarrollo económico de la región?

Consideramos que la presente investigación es conveniente, toda vez que es importante que los inversionistas potenciales y la población en general, conozcan las ventajas y desventajas a partir del establecimiento de franquicias, así como las necesidades y preferencias que se tienen en ese sentido, sin olvidar hacer conciencia sobre los principales problemas que hoy en día se tienen principalmente por la contaminación ambiental. El momento es propicio para hablar de negocios, toda vez que el anuncio de la instalación de la nueva refinería abrirá un parte aguas de oportunidades, derivado de las necesidades inherentes al incremento de fuentes de empleo, población, vivienda, productos, servicios, entre otros. En cuanto a la relevancia social, el estudio podrá ser visto desde la perspectiva empresarial y poblacional local, es decir, el municipio de Tula y otras regiones colindantes, como Tepeji, estarán en posibilidad de analizar el presente trabajo y formarse un criterio que les permita fortalecer la toma de decisiones en un determinado momento. No obstante, también al interior del Estado de Hidalgo y en algunos otros Estados vecinos de la República Mexicana, el contar con información de este tipo posibilitará el despertar un interés para invertir en el negocio de franquicias en la región de Tula. Existen hoy en día muchas inquietudes por parte de los mismos habitantes de Tula y de otros municipios del estado de Hidalgo acerca del impacto y del futuro en el corto, mediano y largo plazo que tendrá toda esa región, sobre todo por la construcción de la nueva refinería de PEMEX, por lo que se considera oportuno el momento para hablar de estos temas que orienten y ayuden a sensibilizar a la sociedad en general sobre este tipo de tópicos. Dentro del objetivo general se pretende realizar un diagnóstico sobre el establecimiento de negocios tipo franquicias, de acuerdo con la preferencia del consumidor local y en función de las condiciones propias de la región, con el propósito de fortalecer la toma de decisiones de los inversionistas

potenciales y de que la población se encuentre mejor informada, asimismo consideraremos de manera específica lo siguiente:

1. Conocer la preferencia de la población que habita en la región Tula-Tepeji, en relación con el establecimiento de franquicias, con el propósito de identificar necesidades y tipos de consumo preferentes.
2. Analizar las ventajas y desventajas del establecimiento de negocios a través del modelo de franquicias para la región Tula-Tepeji del estado de Hidalgo, a efecto de asociarlas a los deseos manifestados por la población encuestada.
3. Realizar un resumen de opinión sobre las posibilidades de invertir en negocios tipo franquicias en la región Tula-Tepeji, tomando en cuenta el deseo de los habitantes y las condiciones locales municipales, con el propósito de fortalecer la toma de decisiones de los inversionistas

Revisión de literatura

De acuerdo con Poutet (2008). Comenta que la franquicia es un contrato, en que de manera muy puntual se especifica que una empresa, transmite a otra empresa un modelo de explotación al que también le podríamos llamar modelo de negocio, por supuesto mediante una compensación financiera fija, la cual puede ser también variable. Dicho de otra manera el franquiciador transmite conocimientos y experiencia al franquiciado de tal forma que esto sirve hasta cierto punto como garantía para el éxito de la franquicia. Estos modelos de negocio se podrían trabajar de la siguiente manera: Al primero se le denomina estandarización, es decir que el negocio no sufre ninguna modificación ya que de lo contrario y en caso de fracaso este factor sería determinante. Un claro ejemplo de este modelo sería el restaurante de comida rápida MacDonal'd's. Al segundo se le llama de adaptación, éste consiste en transferir el modelo al franquiciado tomando en cuenta algunas especificaciones y también admite adaptaciones como la modificación de los productos o de las gamas. Por lo que la dificultad consistiría entonces en estudiar precisamente estas adaptaciones tales como económicas, sociales, culturales para no cambiar la naturaleza del modelo de negocio original. En definitiva el franquiciado está ligado al franquiciador, y depende de él, puesto que se deben tomar en cuenta aspectos importantes como, el precio, que son fundamentales para poder tener acceso a territorios específicos, a un abanico de conocimientos, a competencias y a una notoriedad. Aunque también habría que destacar que la dependencia es de ambas partes y que debe de existir una doble lealtad, basada en valores que involucren a todos.

Sistemas de Franquicias en México

De acuerdo con Bermúdez (2002), derivado de los profundos cambios que ha experimentado el sistema comercial en las últimas décadas caracterizadas por la tendencia a la concentración, mayor exigencia del consumidor, o la incorporación de nuevas tecnologías, entre otros, ha propiciado la aparición de nuevas formas comerciales y precisamente una de las estrategias capaz de afrontar estos retos es sin duda a través del sistema de las franquicias. Una de las más importantes ventajas que hay que resaltar es que el proceso de implantación es relativamente fácil, además de que los productos y servicios los diseñan de tal manera que sean adaptables al país. En el mundo de las franquicias el oportunismo juega un papel decisivo para aprovechar nuevos nichos de mercado, sin importar si los países atraviesan por momentos de crecimiento o recesión. Tal es el caso de E.U., cuyo país es considerado como la cuna de las franquicias, manteniéndose hoy en día como el líder absoluto del mercado mundial, con más de 760.000 locales franquiciados en todo el mundo. Incluso si un inversionista deseaba adquirir algún tipo de franquicia, sabía que para ello tenía que buscar en Estados Unidos, ya que no existían otras opciones, además de que era común saber del éxito rotundo de muchas empresas franquiciadoras en todo el territorio americano. Prado (2005) señala que el

mundo está cambiado y que muchos inversionistas no lo saben o están conscientes de ello, ya que si bien es cierto que los Estados Unidos sigue teniendo la hegemonía suprema de ser el país con la mayor cantidad de locales franquiciados en el mundo, ya no lo es en función del número de empresas franquiciadoras. En ese sentido, en México las franquicias del sector hotelero, bares y similares representan el 31%, seguidas muy de cerca por el sector de servicios personales (gimnasios, control de peso, lavanderías, peluquerías) con el 27% del mercado; este último sector está en auge en todos los países, y su crecimiento es impresionante, contabilizándose ahí todos estos nuevos centros de belleza, control del peso, cirugía y demás. La influencia del mercado norteamericano es muy fuerte en México, por lo que gran parte de las franquicias provienen de este país.

En México en el año de 1991 se tenían registradas alrededor de 80 franquicias, y para febrero de ese mismo año, ya sumaban 125, De acuerdo con datos publicados por Fong (1993:30), en nuestro país el 60% de las franquicias provenían del extranjero, mientras que el restante 40% ya eran de origen nacional. Hoy en día es importante resaltar que nuestro país presenta oportunidades para generar una franquicia rentable, situación que se sustenta por el comportamiento de indicadores que considera la oferta y la demanda del sector: (Servicios al exportador, 2011). A continuación ponemos a su consideración algunos indicadores:

- El 45% de las Franquicias en México tienen su establecimiento principal en México Distrito Federal y el resto en el interior del país
- El 25% son de servicios
- El 5% trabajan en el sector de Espectáculos
- El 9% se dedican al servicios de cuidado y belleza personal
- El 14% se dedican a la Educación

Otros datos importantes que podemos resaltar de este artículo, es que se calcula que actualmente operan más de 1,200 franquicias en todo el país, que la Asociación Mexicana de Franquicias ya entrego un promedio de 600 certificados. Debemos considerar también que cuando pensamos en franquicias tenemos el erróneo concepto de que todas son extranjeras y no es así, ya que de estas solo son el 34 %, el resto son mexicanas y que además de este porcentaje el 35% han sobresalido en extranjero. En mercadotecnia se considera que en el punto de venta, se generan el mayor porcentaje de ventas de una empresa y las franquicias en México se cuentan con más de 6,000 puntos, y estas han generado también más de 650,000 empleos. Los giros principales en la industria de la franquicia son la comida rápida, en el sistema rápido, del 90% de las franquicias, el 90% está en la ciudad de México, otro sería el de servicios de mantenimiento, los automóviles, restaurantes, la construcción, servicio para negocios, etc. Dentro de las fortalezas económicas que estos sistemas de franquicias representan, encontramos que, de cada 100 pesos que una persona gasta en el país en cualquier producto o servicio, 15 pesos se destinan a una franquicia, y de esa cifra, 12 pesos son para una franquicia express y aunado a que el Sector Servicios en México tiene un amplio desarrollo, junto con el Sector Comercio, y que además aportan cerca del 70% del Producto Interno Bruto (PIB) y da trabajo a más de la mitad de la población económicamente activa. Es importante citar que en el mundo empresarial existe una tendencia, en particular las franquicias, a dirigir los negocios hacia un esquema de Servicios Express, el cual ofrece un esquema de servicio y atención rápida incorporando el concepto de calidad. En el mundo, el 65% de las empresas se redefinen a un modelo express, mientras que en México es 80%. “Entre las ventajas que las franquicias ofrecen a la economía mexicana se pueden considerar que aquéllas que son de origen mexicano exportan a otros países cuando han madurado. Considerando siempre la uniformidad en el servicio y la calidad en los productos, los empresarios han logrado, en una primera etapa, consolidarse en el mercado mexicano y posteriormente exportar la marca. En ese sentido se han logrado cambios en la cultura empresarial,

por ejemplo, con el nacimiento de cadenas de proveedores en diversos restaurantes de franquicias”. (Alba, 2009).

Clasificación de Franquicias

La revista SoyEntrepreneur, comenta que el mercado de las franquicias cada vez es más amplio y muy diverso, hoy en día nos podemos encontrar con que son muchas las empresas que participan en éste contexto, acompañado de diversidad de modelos para tal efecto. Asimismo afirma que existen varios tipos de franquicias, dependiendo del criterio de clasificación, las cuales se exponen a continuación: 1) comercial o red integrada, 2) semi-integrada, 3) franquicia horizontal, 4) franquicia vertical, 5) financiera, 6) asociativa, 7) de producción, 8) de distribución, 9) de servicios e 10) industrial.

Características del contrato de una franquicia

La franquicia es una estrategia de negocios que se basa en un sistema de comercialización y prestación de servicios donde el franquiciante ofrece a través de un contrato, la autorización para la distribución, producción y venta exitosa de bienes y servicios al franquiciatario por un periodo determinado. (González, 1994:31). Las reformas de la Ley de Propiedad Industrial que entraron en vigor en enero de 2006 han introducido las características esenciales del contrato de franquicia en México, tales como: La región o zona geográfica en que establecerá el franquiciatario, las características de las inversiones que deberá pagar el franquiciatario; políticas de inventarios, mercadotecnia y publicidad; plazos de reembolsos y financiamientos entre otros; criterios para determinar márgenes de utilidad; características de capacitación técnica y operativa; criterios de supervisión; causales de terminación del contrato de franquicia y casos en que se podrá modificar el contrato de franquicia. El contrato de franquicia puede contener tantos anexos sean necesarios tales como: Licencia de uso de marca, contrato de suministro, contrato de distribución, contrato de confidencialidad, etc. Los anexos forman parte del mismo contrato. En el caso de franquicias extranjeras es fundamental que no solo el contrato de franquicia sino que todos los instrumentos legales se adapten a las leyes y reglamentos de la República Mexicana, ya que la legislación extranjera no aplica de la misma manera en México y se tienen que prever todos y cada uno de los detalles legales para tener el mismo o similar efecto que en el extranjero.

Apoyos financieros, para la inversión de franquicias

Es importante que sepamos que existen programas de apoyo para poder invertir en una franquicia tal es el caso del llamado Programa Nacional de Franquicias (PNF), el cual fue creado por la Secretaría de Economía. Éste programa por un lado apoya a todos aquellos emprendedores que quieran adquirir una franquicia y por otro también apoya a los negocios con éxito para que a través de servicios de consultoría se conviertan en nuevas franquicias. El PNF tiene varias vertientes: 1) Desarrollo de nuevas franquicias (DNF), 2) Transferencia de Modelo (TME), 3) Actualización de Modelo, y 4) Apoyo para el financiamiento para equipamiento e infraestructura. Los requisitos que son indispensables para poder recibir el apoyo son: a) en primer lugar de elige una franquicia del catálogo de empresas franquiciantes acreditadas, b) elaborar una carta de aceptación por parte de franquiciante que va dirigida al Organismo Intermedio, c) otra carta declaratoria del nuevo franquiciatario bajo protesta de decir verdad de no haber recibido recursos federales para este mismo fin durante este ejercicio fiscal debidamente firmada, d) el tener buen respaldo crediticio es importante por lo que se solicitara el reporte de Buró de Crédito del nuevo franquiciatario como persona moral (razón social y representante legal) o persona física, e) para personas morales es necesario el acta constitutiva, f) también para personas morales es necesario presentar los poderes notariales, g) RFC como persona física o persona moral o CURP, h) identificación oficial, i)

comprobante de domicilio no mayor a 2 meses de antigüedad, y j) independientemente de los requisitos enlistados es importante considerar que existen tres preguntas fundamentales que debe contestarse cualquier futuro franquiciado: “¿Soy capaz de sacrificar tiempo libre y cambiar el horario laboral? ¿Estoy involucrando a mi familia? ¿Cuento con su respaldo? Estos dos últimos puntos son tan importantes que en países como Inglaterra tienen la costumbre de visitar al aspirante a franquiciado en su entorno familiar antes de asignarles el negocio. Si el resultado a estas tres cuestiones básicas es dudoso, aconsejaría que desestimen la idea". (Barbadillo 1999). La diferencia entre sistema de franquicias y un negocio propio, se puede apreciar en la Tabla 1.

Tabla 1. Diferencia entre franquicias y locales propios.

FRANQUICIAS	LOCALES PROPIOS
El franquiciado realiza la inversión inicial de una sucursal nueva.	La inversión inicial la realiza la empresa.
La expansión se realiza con personal ajeno.	La expansión implica un gran aumento en el costo de personal.
El franquiciado se verá motivado por el éxito y buen desarrollo del negocio.	Menor compromiso del personal propio con los resultados del local.
Rápida expansión fortaleciendo la presencia de la marca.	La expansión estará condicionada por la disponibilidad de recursos financieros y humanos.
Buen control de gestión por parte del franquiciado.	El empresario debe invertir mucho tiempo y dinero en el control de gestión del local.
El rápido crecimiento permitirá mayores economías de escala.	La expansión con recursos propios es más

Fuente: Máster Franquicias GYM (S/F)

Desarrollo de Franquicias en la Región

Algunas de las franquicias establecidas en la región son: Laboratorios el Chopo, Farmacias del Ahorro, Pastes Kiko’s, Farmacias Similares, Café Madero, Pollo Feliz y Burger King.

Análisis de la región Tula – Tepeji

La región Tula – Tepeji, fue cuna de una de las civilizaciones indígenas más importante en la historia de [México](#). Actualmente la zona de influencia de Tula, comprende 12 municipios de Hidalgo y Estado de México. El 1 de julio del 2009 en el diario el milenio, el Secretario Técnico del Consejo Estatal de Población en Hidalgo Dr. Roberto Diez, comento que “Tula está considerado por la Comisión Nacional de Población como de alto crecimiento, con una proyección de 8.5 por ciento entre 2005 y 2012, lo cual es alto ya que en Hidalgo es de 0.5 al año”. Por ello, debe haber una buena planeación en la zona, pues de lo contrario el crecimiento demográfico superará la oferta de servicios. El crecimiento económico de Tula en los últimos años ha sido significativo pues las empresas han tenido una mayor participación en los mercados del exterior, favoreciendo la generación de empleo en la región. Así se puede observar que de tres años a la fecha se establecieron empresas como: Aurrera, Coppel, Soriana, Burger King, Elektra, Banco Azteca, Milano, Pollo Feliz, Café Madero y últimamente Cinemas Harry e Italian Coffee. Por otro lado y de acuerdo a datos recabados por el Centro de Estudios e Investigación en Desarrollo y Asistencia Social, CEIDAS, muestra que Tula de Allende tiene un ingreso anual per cápita de 10 mil 641 dólares y se pronostica que el ingreso per cápita para el 2014, crecerá 0.02 por ciento en un periodo de tres a cuatro años, impulsado por la construcción de la nueva Refinería Bicentenario y la planta tratadora de aguas residuales en Atotonilco de Tula, Puerto Seco. Todos estos datos estadísticos dan una idea de que en dicha región se está dando un crecimiento constante, derivado del establecimiento reciente y próximo de empresas de importante magnitud, lo cual resulta ser un ingrediente atractivo para aquellos empresarios que andan en busca de nuevos nichos de mercado y de oportunidades de inversión, pero también para los mismos empresarios locales de la región, de poder emigrar hacia nuevos conceptos de negocios.

Metodología

El método utilizado para desarrollar el presente estudio es el Cuantitativo, toda vez que se utiliza la recolección de datos para su medición. El tipo de estudio es descriptivo, ya que únicamente se procede a describir de forma estadística las preferencias y tendencias de un sector de la población. Además la investigación es no experimental y transversal, toda vez que no se tiene ninguna intervención o injerencia sobre el objeto de estudio y la medición se realiza una sola vez y en un momento determinado. Derivado de que no se conoce el total de la Población Económicamente Activa (PEA) de los municipios Tula de Allende y Tepeji del Río de Ocampo, misma que fue consultada en el portal de INEGI (Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática) del anuario 2010, para poder realizar un cálculo muestral a partir de aquellas personas que cuentan con trabajo y que de alguna manera son los que aportan el dinero para gastarlo en el otorgamiento de bienes y servicios, así como, debido a las limitaciones económicas de los participantes en la realización del presente estudio, se decidió aplicar un muestreo no aleatorio por accidente (Castañeda, De la Torre, Morán y Lara, 2002), el cual permite incluir los elementos que son más convenientes para la muestra, la cual se conformo por 400 personas elegidas al azar. Para tal efecto se formaron dos grupos de trabajo, integrados por dos investigadores de la Universidad Tecnológica de Tula, dos investigadores de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo y cuatro alumnos de la Universidad Tecnológica de Tula. Se analizó el cuestionario y se capacitó a los alumnos en la aplicación del mismo, para proceder al levantamiento de campo. En cuanto a la confiabilidad del instrumento utilizado, se realizó un análisis de fiabilidad, utilizando para ello el coeficiente de Alpha de Cronbach. Los valores obtenidos mediante el paquete estadístico SPSS para Windows, fueron superiores a 0.7.

Resultados

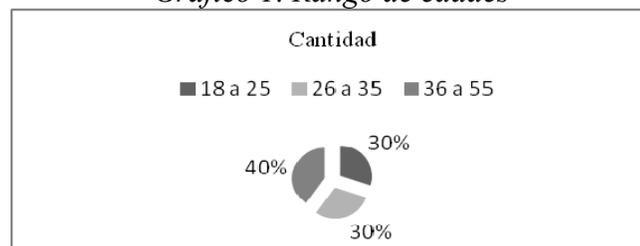
En las tablas de frecuencias y gráficos siguientes, se puede observar de forma representativa algunas de las preguntas más significativas que se aplicaron a la población participante.

Tabla 2. Rango de edades de personas encuestadas

¿Me podría indicar a que rango de edad pertenece?	Cantidad
18 a 25	120
26 a 35	120
36 a 55	160

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 1. Rango de edades



Fuente: Elaboración propia.

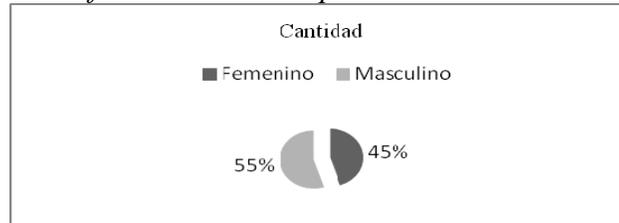
Como podrá observarse en la tabla 2 y gráfico 1 la mayor cantidad de los encuestados pertenecen al rango de edad de 26 a 55 años.

Tabla 3. Género de personas encuestadas

Género	Cantidad
Femenino	180
Masculino	220

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 2. Género de personas encuestadas



Fuente: Elaboración propia.

Como podrá observarse en la tabla 3 y gráfico 2 la mayor cantidad de los encuestados pertenecen al género masculino.

Tabla 4. Población con interés en franquicias

¿Estaría usted interesado en adquirir una franquicia?	Respuesta
Si	280
No	40
Tal vez	80

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3. Interés en Franquicias



Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 4 y Gráfico 3, se muestra que el 70% de la población está realmente interesada en adquirir una franquicia.

Tabla 5. Análisis de la población que acepta nuevas franquicias

¿Está a favor de nuevos establecimientos de negocio (franquicias)?	Respuesta
Si	395
No	5

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 6. Respuesta sobre nuevas franquicias



Fuente: Elaboración propia.

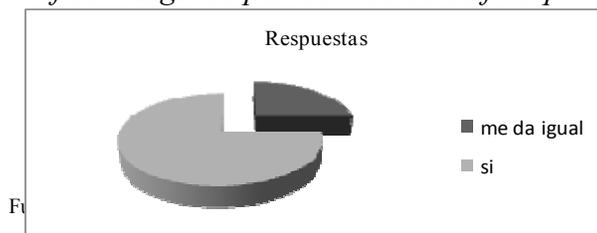
En la Tabla 5 y en la gráfica 6, se refleja que el 99% de la ciudadanía está a favor del establecimiento de nuevos negocios de franquicias.

Tabla 6. Análisis del agrado por que se instalaran más franquicias

¿A usted le agradaría que se instalaran más franquicias en el municipio?	Respuesta
Si	300
No	2
Me da igual	98

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 7. Agrado por instalación de franquicias



Fuente: Elaboración propia.

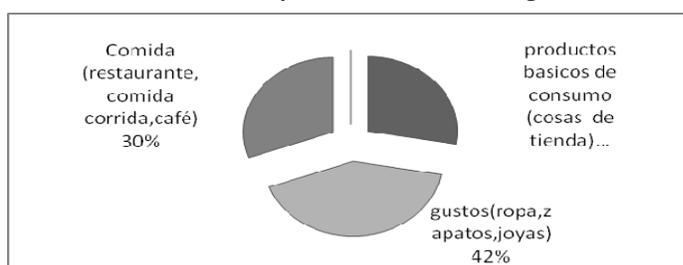
La Tabla 6 y la grafica 7, el 75% reflejan claramente el agrado de la población por que se instalen nuevas franquicias en nuestra región.

Tabla 7. Análisis de la frecuencia sobre elección de productos

¿Cuál de los siguientes productos y servicios usualmente adquiere, cuando visita una franquicia?	Cantidad
Productos básicos de consumo(cosas de tienda)	112
Gustos(ropa, zapatos, joyas)	168
Comida (restaurante comida corrida, café)	120

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 8. Elección de productos



Fuente: Elaboración propia.

Como puede observarse en la Tabla 7 y Gráfico 8, aunque la mayoría de los porcentajes de las diferentes opciones no se encuentran tan alejados entre sí, es palpable la necesidad de la población de contar con diferentes productos y/o servicios mediante este esquema de negocios.

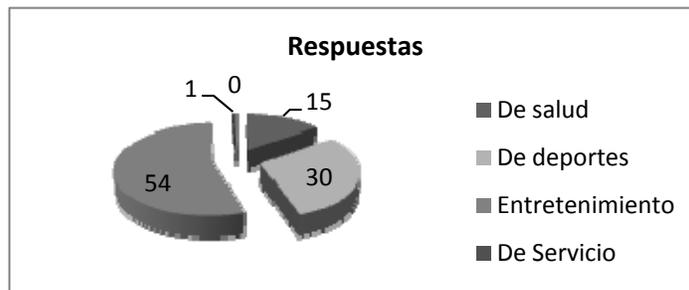
Tabla 8. Tipo de Franquicias

¿Qué tipo de franquicias le gustarían que se establecieran en el municipio de tula?	Respuesta
De deportes	120
De servicio	5
De comida	0

De entretenimiento	215
De salud	60

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 9. Elección del tipo de franquicias productos



Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 8 y gráfica 9, nos muestran los datos más relevantes de esta investigación, ya que la población determina que el 54% necesita establecimientos de entretenimiento. Y sobre estos datos los inversionistas tendrían que establecer sus objetivos. Finalmente en relación con la Hipótesis de investigación establecida, *se corroboró que efectivamente*, en la región Tula–Tepeji *si existe* una tendencia positiva de la población y las condiciones necesarias propias de los municipios, tanto económicas como sociales, para contar con el establecimiento de franquicias, que posibiliten el crecimiento de fuentes de empleo, mayor demanda de bienes y servicios, mejora del poder adquisitivo de la población y mayor oportunidad de negocios con menor riesgo.

Conclusiones

Es claro lo que significa hoy en día para el estado de Hidalgo la región Tula–Tepeji, así como el desarrollo notable que en el corto plazo, se espera para este importante polo industrial con la construcción de la refinería “bicentenario”, es por ello que se deberán continuar realizando estudios sobre la población económicamente activa y las condiciones sociales que imperan en esa zona, con el propósito de generar atractivas fuentes de inversión que permitan, por un lado, responder al crecimiento y desarrollo del sector organizacional, y por otro, a generar fuentes de empleo y esparcimiento que beneficie a la población, al evitar migrar hacia otros Estados de la República Mexicana o a Estados Unidos en busca de trabajo y el tener que viajar a otros Estados vecinos para adquirir algún producto o servicio.

En el presente estudio encontramos que en la región Tula–Tepeji existe el interés de la población y de algunos empresarios para invertir en este importante polo industrial, ya que las condiciones son propias para ello, sólo que no todos conocen el concepto, tipos, requisitos y algunas otras características importantes sobre las Franquicias, por lo que debe haber un mayor acercamiento con la gente para informarle sobre este tipo de negocios. Se espera que dentro de cinco años, la región sufra un cambio radical en distintos ordenes, como el económico, político y social; por lo que las Instituciones Educativas deberán unir esfuerzos entre sus cuerpos académicos para dar a conocer a la población en general y a los empresarios este tipo de tópicos, que inviten a la reflexión y sea un motivador para que principalmente las PyMEs, transformen su estrategia de negocio y a la brevedad se involucren en el mundo de las franquicias, siendo respetuosos con las normatividades locales y estableciendo medidas preventivas que eviten riesgos de contaminación ambiental.

Los sistemas de franquicias como una forma de expansión de las empresas no debe ser totalitario, ni una solución a problemas financieros de una país o una región en específico, sino una forma de hacer

negocios con alma de emprendedor. De acuerdo con los resultados de esta investigación y el análisis de los datos obtenidos para el establecimientos de nuevas franquicias en la región, se concluye que del 100% de la población encuestada, el 54% demanda negociaciones dedicadas al entretenimiento de niños, jóvenes y un ambiente familiar; mientras que el 30% a los deportes. En este sentido, es importante señalar, que se necesitan lugares donde practicar un deporte de forma segura y confiable, no obstante, al menos un 45% de la población no sabe que es una franquicia, sus beneficios y que tipos de financiamientos existen para poder emprender en el negocio. Con base a la información analizada de la región Tula–Tepeji y a referencias estudiadas a nivel nacional e internacional en materia de franquicias, las más recomendadas son las siguientes:

Tabla 9 Franquicias

CLASIFICACIÓN	FRANQUICIA DESTACADA
Aire acondicionado	<i>Refriauto.</i> Los especialistas en aire acondicionado.
Belleza	<i>Todo para sus pies</i> Premio nacional como la mejor franquicia de México 2009 en pedicuro y manicuro profesional clínico. <i>Vellísimo center</i> Centros de belleza con la última tecnología europea
Educación de niños	<i>Froggin learning center</i> escuelas de inglés para niños de 3 a 12 años <i>Enjoy languages</i> <i>Profesor Chiflado</i> Franquicias, shows, talleres y proyectos especiales para gobierno y empresas... ¡lo que se aprende riendo y jugando, nunca se olvida!
Limpieza	<i>Chem-dry</i> Líder mundial en limpieza, desinfección y protección de alfombras, tapetes, muebles, colchones, piel, interiores de autos y abrillantado de mármol, buscamos nuevos franquiciatarios; más de 75 franquicias en todo el país y 4,000 en todo el mundo.
Tiendas de conveniencia	<i>La tienda del dólar</i> Nunca te irás con las manos vacías. <i>La tiendita de 3 pesos</i> Inicia tu propio negocio con una baja inversión! <i>Zurich</i> boutique de regalos y novedades de marcas reconocidas para toda la familia

Fuente: Elaboración 2011.

Referencias

- Alba, C. (2009). *Las franquicias en México 1999 y 2007*, División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM, No. 230, México, D.F.
- Alonso, M. (2003). *La Franquicia de la A a la Z. Manual para el Franquiciador y el Franquiciado*. Editorial LID, Madrid, España., pp. 120-122.
- Arce, Javier (1995). *El Contrato de Franquicia*, Editorial Porrúa, México, D.F.
- Barbadillo, S. (1999). *La franquicia paso a paso*. 2ª ed., Madrid: De Franquicia, S.L., 217 pp.
- Bermúdez, G. (2002). *La Franquicia: Elementos, Relaciones y Estrategias*. Esic Editorial. Madrid.
- Castañeda, J., De la Torre, M., Morán, J. y Lara, L. (2002). *Metodología de la Investigación*, Editorial Mc Graw Hill, México, pp. 151-152.
- Comercio México.com. *Franquicias en México*. (S/F). Recuperado en Agosto, 05, 2011, de la: <http://www.comerciomexico.com/franquicias/>
- Consejo Estatal de Población. (2011). *Zonas Metropolitanas de Hidalgo*. Recuperado en Agosto, 05, 2011, de la: http://poblacion.hidalgo.gob.mx/index.php?id=15&option=com_content&task=view
- Feher, F. y Gallástegui, J. M. (2001). *Las Franquicias, un Efecto de la Globalización 100 preguntas, 100 Respuestas*, México: Mc Graw Hill.

- Fong, C. (1993). *Franquicias en México*, Revista Electrónica Economía Nacional, No. 29, México, p. 30.
- Franco, R. (2006). "Año de madurez para las franquicias". *Franquicias y Negocios*, Año 1, Vol. 13, Ed. Objetivos Ad Hoc, marzo, México, 118 pp.
- Franquicias en México*. Recuperado en Agosto, 05, 2011, de la:
<http://www.franquiciasenmexico.com.mx/historia-franquicias-mexicanas.htm>
- Giménez & Asociados. Abogados, SC. (2008). *Consultores de Franquicias en México*. Recuperado en Marzo, 05, 2011, de la:
<http://www.franquiciasenmexico.com.mx/consultores-de-franquicias.html>
- Giménez, R. *Contrato de Franquicia*. (2008). Recuperado en Marzo, 05, 2011, de la
<http://www.franquiciasenmexico.com.mx/contrato-franquicia-mexico.htm>
- González, E. & González R. (1994). *Franquicias: La revolución de los 90's*, México: Mc Graw Hill.
- Inversiones Extranjeras en las Franquicias*. (2008). Recuperado en Marzo, 05, 2011, de la:
<http://www.franquiciasenmexico.com.mx/inversiones-extranjeras-mexico.html>
- Máster Franquicias GYM*. (S/F). Recuperado en Marzo, 05, 2011, de la:
<http://masterfranquiciagym.es/asesoria1.html>
- Milenio. (2009). *Tula, municipio con más desarrollo que el estado*. . Recuperado en Marzo, 05, 2011, de la:
<http://impreso.milenio.com/node/8600642>
- McConnell, R. & BRUE, S. (1997). *Economía*. (Enero 2010) (PP.126-130). México: Mcgraw-Hill.
- Mcdaniel, C. (2000). *Mundo de los Negocios Copiring 1995*, México: Mexicana.
- Méndez, S. & Silvestre J. (2004). *Fundamentos de Economía*. (Cuarta edición). México: Mcgraw-Hill.
- Oportunidades de Franquicias*. (2011). *Franquicias Hoy.com*. México, D.F. Recuperado en Marzo, 05, 2011, de la: <http://www.franquiciashoy.com/>
- Poutet, P. (2008) *Estudio de un modelo de desarrollo territorial: la franquicia*. Recuperado en Agosto, 04, 2011, de la:
<http://cocyteh.hidalgo.gob.mx/descargables/ponencias/Mesa%20IV/3.pdf>
- Prado, J. (2005). *Franquicias: Estrategia global en la economía local*. Revista *Perspectiva*, No. 6, Editorial Escuela de Dirección de Empresas, México, p. 2-4.
- Programa Nacional de Franquicias. Apoyos para la compra de franquicias*. Recuperado en Marzo, 05, 2011, de la:
http://www.franquicia.org.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=6&Itemid=9
- Raab, S. (2005). *Como Multiplicar su Negocio*. México: Limusa.
- Reglas Universales de las Franquicias en México*. (2008). Recuperado en Marzo, 05, 2011, de la:
<http://www.franquiciasenmexico.com.mx/reglas-universales-franquicias.htm>
- Servicios al exportador* (2011). *Perfil de mercado de franquicias en México*. Recuperado en Marzo, 05, 2011, de la:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/119494388rad0B414.pdf>
- SoyEntrepreneur.com*. (S/F). Recuperado en Marzo, 05, 2011, de la:
www.SoyEntrepreneur.com
- SoyEntrepreneur.com*. (S/F). Recuperado en Marzo, 05, 2011, de la:
<http://www.soyentrepreneur.com/elige-tu-tipo-de-franquicia.html>
- Willoughby, S. (2000). *Probabilidad y Estadística*. (Primera edición: 1969). México: Publicaciones Cultura.

COMPETITIVIDAD DE EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES: REFLEXIONES PARA LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS MEXICANAS

Pablo Manuel Chauca Malásquez pchauca@umich.mx
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen

El tema de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha cobrado relevancia en los últimos años y de manera general puede entenderse como la adopción voluntaria de parte de las empresas de compromisos sociales, laborales y medioambientales. Esto con el fin de impactar positivamente en el desarrollo de las comunidades donde se encuentran insertas. Teniendo en cuenta que la evaluación del desempeño ético y de los programas de responsabilidad social de las empresas es un tema en construcción, el objetivo de este trabajo es plantear ideas y herramientas de análisis para la gestión de la RSE en la perspectiva de hacer compatible altos niveles de competitividad con adecuados niveles de desarrollo sustentable de la localidad donde se ubican. Se proponen aspectos y variables a considerar para la gestión de la RSE en el caso de las pequeñas y medianas empresas mexicanas.

Palabras clave: Competitividad, responsabilidad social, ética empresarial, gestión social, gestión ambiental.

Abstract

The subject of Social Enterprise Responsibility (SER) has acquired relevance in the last years and of general way it can be understood like the voluntary adoption from the companies of social, labor and environmental commitments. That with the purpose of to impact positively in the development of the communities where they are inserted. Considering that the evaluation of the ethical performance and the programs of SER is a subject in construction, the objective of this work is to raise ideas and tools of analysis for the management of the SER in the context to make compatible high levels of competitiveness with good levels of sustainable development of the locality where they are located. Also, we propose aspects and variables set out to consider for management of the SER in the case of small and medians mexican companies.

Key words: Competitiveness, social responsibility, business ethical, social management, environmental management.

Introducción

El reconocimiento de que las empresas afectan a las comunidades de su entorno inmediato nos lleva a plantear el concepto de Ética y Responsabilidad Social¹⁶⁵ como la aceptación de que las empresas ejercen impactos (positivos o negativos) sobre su contexto, en virtud de lo cual han de establecer mecanismos de comunicación con las comunidades afectadas, para medir dicho impacto, y tratar de reducirlo o compensarlo. Esta forma de entender la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es especialmente significativa en comunidades pequeñas y en países menos desarrollados en donde el número e importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas es muy importante y, cuando se gestiona adecuadamente, crea un vínculo de lealtad muy sólido entre la organización y la comunidad.

¹⁶⁵ Este trabajo trata el tema de la responsabilidad social en el ámbito de las empresas, de suerte que se utiliza con menos frecuencia el término responsabilidad social corporativa que es más amplio y considera a todo tipo de organización.

La RSE comprende varios aspectos: los compromisos con la sociedad, con los derechos laborales y humanos y con el respeto al medio ambiente. Esto exige que los directivos empresariales consideren no sólo a los accionistas y trabajadores como los grupos de interés que se ven afectados por las decisiones que adoptan, deben ampliar los grupos implicados y reconocer la complejidad de los impactos sobre cada uno de ellos. También, es importante que exista entre los directivos empresariales la convicción que la RSE no sólo es un acto voluntario, sino que es una fuente de ventaja competitiva y componente valioso de la gestión estratégica de sus organizaciones.

En este orden de ideas, el propósito central de este trabajo es reflexionar acerca del concepto de RSE como un aspecto relevante en el desarrollo de las estrategias empresariales y proponer herramientas para el análisis y el diseño de una estrategia para la gestión ética y socialmente responsable en empresas sobre todo de tamaño pequeño y mediano.

Con ese objetivo, el trabajo se organiza en cinco secciones. Se inicia con el planteamiento de por qué la integridad empresarial se constituye en una ventaja distintiva y parte importante del desarrollo de la estrategia competitiva de las empresas y mediante el enfoque de los “stakeholders” se identifican los grupos de interés involucrados que de modo ampliado se deben considerar para diseñar la estrategia de RSE. En la segunda sección se explicita las características de las empresas socialmente responsables. A continuación, se explican los objetivos y los componentes de un Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable, lo que permite en la cuarta sección formular algunas sugerencias para diseñar ese tipo de sistema de gestión en empresas mexicanas de tamaño pequeño y mediano no tanto con la idea de buscar una certificación, sino sobre todo de generar un ambiente organizativo propicio para las buenas relaciones de sus integrantes y de la empresa con la sociedad compatible con adecuados niveles de competitividad. Por último, se plantean algunas reflexiones a modo de conclusión.

El trabajo trata el tema de la RSE privilegiando los aspectos de las herramientas para su análisis y gestión antes que la discusión teórica y metodológica. Buscar llamar la atención en las propias empresas mexicanas, en los distintos niveles de gobierno, en otras organizaciones y en la sociedad en su conjunto, de la importancia de contar con empresas socialmente responsables y que sean reconocidas como tales en cualquier lugar del mundo.

Integridad empresarial componente de la ventaja competitiva

En el marco de la crisis actual de la economía y sociedad estadounidenses han sido frecuentes los relatos en los medios de difusión acerca del aprovechamiento de ventajas indebidas, fraudes y sobornos por parte de grandes corporaciones. Ciertamente esos escándalos corporativos no son un fenómeno nuevo; pero el número e intensidad de estos ilícitos parece estar aumentando.

Debe reconocerse que el origen de los delitos corporativos surge cuando los individuos ceden en su integridad personal y comprometen a toda la dinámica organizacional. Los sellos distintivos de la integridad empresarial incluyen valores como la honestidad, la confiabilidad y la equidad.

La experiencia empresarial es mucho más satisfactoria cuando el empresario comprende que el propósito clave del negocio es crear valor para los clientes. Desde esta óptica las relaciones con los clientes, propietarios, empleados, proveedores, competidores, gobiernos y la comunidad (grupos de interés)¹⁶⁶ son fundamentales y la integridad es esencial para el éxito empresarial. La noción de integridad está estrechamente vinculada con las situaciones éticas, que se refieren a cuestiones de lo correcto e incorrecto, y para actuar con integridad un individuo debe tomar en cuenta el bienestar de los demás. Estas cuestiones van mucho más allá de lo legal o ilegal.

¹⁶⁶ Grupos de interés (stakeholders) son aquellas personas que pueden afectar o se ven afectadas por el desempeño de la organización, véase, Longenecker et al, 2008:31.

Los empresarios a menudo deben tomar decisiones respecto de lo que es honesto, justo y respetuoso, y deben obtener ganancias de manera honesta. Es decir, no sólo debe haber un compromiso con el desempeño financiero sino también con el cuidado del prestigio y reputación de la empresa. Es cierto que realizar negocios de manera honorable tiene costos; pero a largo plazo tiene más beneficios. Los beneficios de la integridad son reales y pueden ofrecer a las empresas una ventaja distintiva en el mercado.

Los *propietarios* de las empresas deben obtener ganancias de manera honesta. Tienen el legítimo y claro derecho de beneficiarse de los rendimientos financieros del negocio; pero este derecho debe enmarcarse dentro de sus amplias responsabilidades sociales, esto es, deben tener un compromiso con el desempeño financiero y con el cuidado del prestigio de la empresa dentro de la comunidad.

Los *clientes* son uno de los grupos de interés más importantes a los que debe complacer una empresa. Los empresarios deben tomar a los clientes con mucha seriedad, deben cuidarlos como individuos y construir fuertes relaciones con ellos. Esto hará que tengan más clientes y probablemente hará que aquéllos regresen una y otra vez gracias a esa actitud (lograrán clientes leales).

La respuesta de un empresario a sus clientes está determinada en gran medida por sus *empleados*. El nivel de integridad de una empresa se ve reflejado en el respeto que brinda a sus empleados. Los aspectos de justicia, honestidad e imparcialidad deben ser inherentes a las decisiones y prácticas de contratación, promociones, incrementos salariales, asignación de tareas, suspensiones y despidos. A los empleados les interesan también las cuestiones relacionadas con la privacidad, la seguridad y la salud, y éstas no se deben pasar por alto.

Al comunicarse con los empleados un propietario puede ser veraz, justo, vago, engañoso o totalmente deshonesto. Algunos empresarios tratan a las personas de fuera con gran cortesía; pero menosprecian a sus subordinados, a los que consideran simples peones en el juego del negocio. En este contexto Longenecker (et al, 2008:34) advierte que: “el considerar a los subordinados como seres humanos y miembros valiosos del equipo es un ingrediente esencial de la integridad en la administración. También es sabio, puesto que los empleados son el recurso más importante de una empresa”.

Una empresa de alto desempeño ético no sólo trata a los clientes y empleados con honestidad, sino también actúa con *responsabilidad social*, es decir, como un buen ciudadano en la comunidad. Las empresas deben comportarse no sólo con base a los requerimientos de la ley, deben realizar gastos de responsabilidad social, aunque resulten costosos. Sus contribuciones comienzan con la creación de empleos y el pago de impuestos. Hay empresarios que además sienten el deber de devolver más a las comunidades en compensación por el apoyo local de que gozan, lo que por lo general da como resultado que obtengan mayor buena voluntad.

Ciertamente no hay consenso en cuanto al grado en que las empresas están obligadas a participar en actividades socialmente deseables¹⁶⁷. Algunos destacan la ecología, la contratación de minorías o el desarrollo económico de la región, mientras otros enfocan su atención en el trabajo voluntario, la filantropía y hasta en la atención diurna para los miembros de la familia de los empleados que dependen de ellos.

También son importantes las relaciones de la empresa con los niveles de gobierno (federal, estatal y municipal). Los gobiernos intervienen directamente en la economía cuando establecen leyes para

¹⁶⁷ El tratamiento de la responsabilidad social corporativa (en particular empresarial) ha ido evolucionando. En 1984, Milton Friedman visualiza a la empresa como una vía de maximización de utilidades de los accionistas y su objetivo único es el de asegurar una tasa interna de retorno creciente de manera honesta, (ello da origen a la Teoría del Accionista). A partir de 1990, los países de Europa y los Estados Unidos de América (EUA) comienzan a implantar su modelo de empresa socialmente responsable. Posteriormente, en América Latina y el Caribe se observan algunas corporaciones en condiciones de poder invertir en campos como el cuidado ambiental y social. Son más bien las crisis económicas de Latinoamérica las que llevan a las empresas conscientes de su impacto social, a impulsar proyectos en conjunto con la sociedad. Información sobre el particular puede encontrarse en: Friedman, 1970. Castillo, 1997. Weiss, 2006.

asegurar una competencia sana. Pero su alcance se extiende a otros asuntos de negocios como la seguridad en el lugar de trabajo, la igualdad de oportunidades, sueldos justos, ambiente limpio y productos seguros. Los empresarios preocupados por su integridad deben respetar las leyes y cumplir con las disposiciones gubernamentales.

En definitiva, el desempeño ético y las prácticas socialmente responsables de las empresas mantienen su buena reputación en la comunidad, además de tener efecto positivo sobre sus utilidades y su posicionamiento competitivo a largo plazo. La RSE es una fuente importante de ventaja competitiva (Porter - Kramer, 2003), la convivencia eficiente y equilibrada de una gestión económica, social y ambiental otorga a las empresas rasgos diferenciadores que la colocan con mayores ventajas en el mercado frente a sus competidores y refuerza la fidelidad de sus clientes¹⁶⁸.

Empresas socialmente responsables

Según Martínez Cerna (2006:3) la empresa puede ser vista desde las diferentes vías que tienen sus miembros para formar parte de los procesos de cooperación empresarial: un marco económico-financiero, un marco jurídico-administrativo y un marco ético, componiendo así la legitimidad social que toda empresa requiere. Este último, el marco ético, es el foco de análisis de este trabajo entendiendo que la legitimidad social revela a la empresa como un sistema abierto, permeable a distintos ambientes.

El ejercicio de la responsabilidad social posiciona a la empresa como más que generadora de bienes y servicios y por ende como generadora de riqueza económica y social. La contempla como “un ente mucho más complejo, una institución que al estar integrada por sujetos, refleja los valores de una sociedad, sus creencias, visiones y su ética en tanto que se retroalimenta con los elementos – positivos o negativos- del entorno” (González, 2009:115). Esta perspectiva destaca una dimensión económica en donde se desenvuelve la empresa y una esfera social, política y ambiental, influyendo en cada una de ellas de manera distinta y en menor o mayor medida producto de la cultura individual y grupal. La empresa además de ser una vía de riqueza individual, desde la perspectiva institucional, es una vía de crecimiento económico y desarrollo social de grupos de interés común.

Castillo Clavero (1985) señala que la responsabilidad social corporativa es “la obligación ética o moral, voluntariamente aceptada por la empresa, como institución hacia la sociedad en su conjunto, el reconocimiento y satisfacción de sus demandas o en reparación de los daños que puedan haberle sido causados a ésta en sus personas o en su patrimonio común por la actividad de la empresa”. En esta concepción se vislumbra que la empresa acepta y es capaz de reconocer el impacto (positivo o negativo) que ejerce en su entorno. Sin embargo, esta voluntariedad no es la única causa para ser una empresa socialmente responsable. Si la empresa establece un vínculo social con un grupo de interesados en hacer uso de sus servicios es porque se le aprecia como particular, la responsabilidad social le da un valor agregado, como un recurso único, irrepetible, convirtiéndola en una ventaja competitiva.

Ejemplos de las ventajas de ser una empresa socialmente responsable son: obtener la lealtad de los clientes, atraer a nuevos inversionistas, tener una mayor influencia en la sociedad al mantener una relación estrecha con ella, reducir costos operativos, posicionamiento de la marca, mejoramiento de las finanzas, acceso a capital, entre otros.

La responsabilidad social es una ventaja competitiva única e irrepetible para la empresa en tanto se construye a partir de los objetivos éticos de la alta gerencia corporativa, que son compartidos como

¹⁶⁸ Es lo que se conoce como competitividad responsable, que destaca la posibilidad de que coexistan la competitividad económica con los compromisos con la sociedad y el desarrollo incluyente y sustentable. Ciertamente siempre existirá polémica sobre esa posibilidad; pero siempre será importante presionar y buscar que se concretice fortaleciendo las experiencias y prácticas empresariales con esas orientaciones. Ver, Porter – Kramer, 2006. García, 2009.

un compromiso grupal por todos y cada uno de los integrantes de la organización, en donde sus criterios son tomados en cuenta para enriquecer y mejorar cada vez más el rumbo de la misma como objetivo de realización personal en sí.

No obstante, el que una organización empresarial cuente con un código de ética no garantiza que se llevará a cabo. Todas las empresas, de distintos giros y tamaños, pueden tener un código de ética; pero pueden también no tenerlo y ejercer la ética, o tenerlo y no ejercerla. Se trata más bien de un compromiso personal llevado a la práctica grupal, reconociendo que los intereses propios no tienen porque ser contrapuestos a otros, sino realizables en esfuerzo conjunto con otros afines.

Actualmente la responsabilidad y ética social¹⁶⁹ es objeto de gestión y certificación lo que ha dado lugar a lo que se denomina como Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable que se describirá a continuación.

Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable

De acuerdo a Martínez Cerna (2006), el antecedente directo del Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable (SGER) es formulado por Carroll en 1979 en su obra “A Tree-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance” que plantea la *evaluación* de las contribuciones que la empresa puede generar en el entorno social y/o medioambiental mediante el impacto en tres categorías: la actitud de la empresa ante la responsabilidad social corporativa (RSC), la segunda dimensión son las responsabilidades que enfrentan las empresas, es decir, qué tan involucradas están con sus grupos de interés y finalmente la categoría de fines sociales afectados (Joyner y Payre, 2002: 503).

Esta propuesta se complementa con lo señalado en “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Towards the Moral Management of Organizational Stakeholders”¹⁷⁰, en donde se plantea que la acción superior de una empresa es la responsabilidad social y no se necesita ser una empresa filantrópica altruista para ser responsable socialmente ni todas las empresas filantrópicas lo son. A partir de este antecedente, el enfoque de “stakeholders” permite identificar qué empresa sí es socialmente responsable y cuál no, mediante el cumplimiento de una serie de lineamientos no arbitrarios sino orientados a las relaciones laborales y el medio ambiente¹⁷¹.

Respecto a la certificación del Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable, en la actualidad existe una gran variedad de normas directrices tales como: la SA 8000¹⁷², la AA 1000¹⁷³, la SGE21¹⁷⁴, la ECS 2000¹⁷⁵ y la PNE165010¹⁷⁶. Sin embargo, el antecedente más remoto de

¹⁶⁹ Recordar que la responsabilidad social empresarial ha tenido sus mayores avances en los países desarrollados (más en los europeos que en los de América del Norte y de Asia) en cuanto a la implementación de medidas y el cumplimiento de tareas, y esa experiencia ha servido en gran medida para la conformación del sistema de gestión ética y socialmente responsable. Véase: Perdiguero, 2003.

¹⁷⁰ Carroll, 1991. Citado por: Martínez Cerna (2006:5)

¹⁷¹ Estos lineamientos tienen su antecedente en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, los principios del Derecho al Trabajo de la Organización Internacional del Trabajo, la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Niños, y los Principios de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo.

¹⁷² NORMA SA8000:21. “International Standard of Social Responsibility”. Social Accountability International. New York, E. U, 2001.

¹⁷³ NORMA AA1000 “A standard for ethical performance. Institute of Social and Ethical Accountability”. Fue diseñada para prever certeza sobre la responsabilidad de la organización, consiste en una serie de varios documentos para mejorar el desempeño sustentable de las organizaciones. El documento más popular de esta norma es el “AA1000 Framework”, conjunto de requisitos para evaluar diversos parámetros del comportamiento organizacional. La primera versión se publicó en el año 2003 y la segunda en el 2008.

¹⁷⁴ Norma para la evaluación de la gestión ética y socialmente responsable de las organizaciones, en realidad es la nueva versión de la SG20 y fue publicada por el Foro para la Evaluación de la Gestión Ética en el año 2002 en Madrid, España.

¹⁷⁵ La ECS 2000, fue creada en 1996 por el Centro de Estudios Económicos Reitaku y se centra en un sistema ético-legal de cumplimiento gerencial enfocado para organizaciones envueltas en una conducta equitativa y responsable de sus miembros.

implantación de un SGE se encuentra en la Comunidad Europea donde predomina el uso de dos normas: la norma SA8000:2001 y la SGE21:2005. La primera es una certificación voluntaria de reconocimiento internacional creada por una organización estadounidense denominada Social Accountability International (SAI). Esta norma está enfocada a la promoción de mejores condiciones laborales y a controlar la cadena de suministro y proveedores, por lo que se recomienda para empresas ubicadas en el extranjero susceptibles de incumplimiento¹⁷⁷.

La norma SGE21:2005 por su parte, tiene su origen en el X Congreso de Empresas de Calidad y Medio Ambiente, de Barcelona, España, en el año 1999, donde un nutrido grupo de directivos y líderes de opinión se cuestionan de qué manera pueden poner en valor una cultura empresarial basada en la responsabilidad de todos sus miembros, frente al conjunto de la sociedad y el entorno.

De esta manera, un amplio número de profesionales, empresas, académicos y organizaciones no gubernamentales (ONG) crearon un Foro multidisciplinar, donde todos sus socios colaboran en el fomento de una gestión responsable. Uno de sus primeros frutos fue la elaboración de la Norma de Empresa SGE 20 referida a la Evaluación de Organizaciones, en la que participaron más de 100 expertos representando a todos los grupos de interés. Este documento soporta el primer Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable europeo que permite, de manera voluntaria, alcanzar una certificación referida a ocho áreas de gestión: 1. Alta Dirección, 2. Relaciones con Clientes, 3. Relaciones con Proveedores, 4. Relaciones con Personal propio, 5. Relaciones con el Entorno social y medioambiental, 6. Relaciones con el Accionariado, 7. Relaciones con la Competencia, 8. Relaciones con las Administraciones Públicas. (FORÉTICA, 2005).

Posteriormente la norma SGE 21¹⁷⁸ se estructura en 9 Áreas de Gestión: 1. Alta dirección, 2. Clientes, 3. Proveedores y Subcontratistas, 4. Recursos humanos, 5. Entorno social, 6. Entorno ambiental, 7. Inversores, 8. Competencia y 9. Administraciones competentes. Cada una de ellas incluye los valores éticos aplicables, cuya implantación es evaluable por lo tanto con posibilidad de someterse a auditoría. Esta norma se recomienda para empresas interesadas en certificar la gestión social como tal.

En general, los sistemas de gestión certifican a las empresas como socialmente responsables en distintas áreas como lo son: laboral, ambiental o ética con base a la evaluación de indicadores previamente definidos en una serie de documentos formales, normas y guías según su aplicación. Para ilustrar con un ejemplo haremos mención de la serie SGE 20 referida a la Evaluación de Organizaciones (FORÉTICA, SGE: 2002).

Se contemplan ocho áreas de gestión, cada una de las cuales se refiere a los grupos de interés de la empresa (“stakeholders”). Cada área contenida en la serie SGE20 describe de forma ordenada los valores éticos aplicables cuya implementación es evaluable objetivamente y por tanto con la posibilidad de someterse a auditoría: Alta Dirección. Relaciones con los clientes. Relaciones con los proveedores. Relaciones con el personal propio. Relaciones con el entorno social y medioambiental.

¹⁷⁶ Esta norma se encarga de las directrices de la “Responsabilidad Social Corporativa, Sostenibilidad y Excelencia”. Fue creada por la Comisión Europea sobre Responsabilidad Social Corporativa en el año 2002.

¹⁷⁷ La norma SA8000:2001 tiene su antecedente directo en la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Convención de las Naciones Unidas (ONU) sobre los derechos del niño.

¹⁷⁸ Puede consultarse: Para aspectos específicos del SGE: “Glosario forética SGE 01- Terminología”. Para principios y funcionamiento del SGE respecto a su Implantación y Gestión, incluidos los requisitos documentales y directrices para Auditorías: “Comunicación de la Comisión Europea relativa a la Responsabilidad Social de las Empresas: Una Contribución Empresarial al Desarrollo Sostenible (2002). “Declaración tripartita de la OIT sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social”. “Directrices de la OCDE para las empresas multinacionales”. “Directrices de la OIT aplicables”. “ISO 9001:2000. Sistema de Gestión de la calidad. Requisitos”. “ISO 14001:2004. Sistema de Gestión Medioambiental. Requisitos para orientaciones para su uso”. “ISO 19011:2002. Directrices para la auditoría de los Sistemas de Gestión de la Calidad y/o Ambiental”. “Libro Verde de la Comisión Europea: Fomentar un Marco Europeo de la Responsabilidad Social de la Empresa (2001)”. “OHSAS 18001:1999. Gestión de la prevención de riesgos laborales”. “Pacto Mundial de las Naciones Unidas”. “Social Accountability 8000. Standard”.

Relaciones con el accionariado. Relaciones con la competencia. Relaciones con las administraciones públicas.

Como se señaló previamente son fundamentales las relaciones con los recursos humanos propios como motivador de las áreas restantes. La alta gerencia debe haber definido previamente los valores organizacionales. La norma SGE21 por su parte le deja la libertad de diseñar o escoger las acciones o indicadores que considere adecuados para evidenciarlos. Por ejemplo, se puede expresar así:

“La alta dirección tiene la responsabilidad de acompasar la optimización de los medios disponibles en la organización, con vistas a la obtención del mayor beneficio posible. Para conseguirlo es fundamental: Crear y mantener un clima laboral óptimo, en el que las personas que integran la organización se identifiquen con la misión, visión y valores de ésta y participe en la consecución de los objetivos estratégicos de la organización. El comportamiento de la alta dirección debe orientarse a conseguir la motivación de todas las personas que integran la organización, de modo que todos participen en la consecución de la excelencia en la gestión” (FORÉTICA, SGE21: 2005).

Además de las áreas de gestión, en la norma SGE21 se contempla la política de gestión ética. Ésta debe ser un documento formal elaborado por los directivos con base a las relaciones éticas y socialmente responsables. Esta política comprende tanto la gestión ética como la gestión socialmente responsable, se deriva del Código de Conducta de la empresa, de tal manera que los valores de la alta dirección sirvan como referentes de la gestión y sean ampliados. Este texto debe ser de fácil comprensión para todo el personal, además de ser compartido y practicado. A continuación se cita un ejemplo de cómo se puede expresar una política socialmente responsable:

“La política general de la empresa X, en el plano de la gestión ética y socialmente responsable, asume como valores fundamentales la defensa de la dignidad de las personas, el respeto de los derechos fundamentales de los trabajadores así como la limpieza en la publicidad y difusión de la marca” (FORÉTICA, SGE: 2005).

Finalmente, el aspecto más importante para lograr ser una empresa socialmente responsable, es el compromiso de serlo y hacerlo, ya que aunque se reconoce que es una vía para lograr una ventaja competitiva y ser sustentable, la única capaz de gestionar la responsabilidad y la ética es la propia empresa, todos y cada uno de sus miembros. Por tanto, todas las gestiones son distintas en el sentido de ser motivadas por intereses distintos y focalizadas a grupos diversos, sin embargo la mejor manera de lograr la gestión es mediante una estrategia propia diferenciada de otras por la integración de valores particulares.

¿Cómo aplicar un SGER en las empresas mexicanas?

En México el compromiso de las empresas con la sociedad, con el desarrollo sustentable e incluyente y con una gestión ética, aún no ha avanzado significativamente. Los avances son más en la forma y cuestión de mercadotecnia antes que en prácticas empresariales coherentes con los planes y objetivos que se formulan¹⁷⁹. La iniciativa privada (igual que los niveles de gobierno), más se preocupa por firmar acuerdos o convenios, diseñar plataformas de difusión y realizar acciones de certificación, que de poner en práctica de modo sistemático y consistente sus compromisos sociales, medioambientales y laborales¹⁸⁰.

¹⁷⁹ Recordar que en el tema de la responsabilidad social empresarial se asume que las empresas ya son responsables del cumplimiento de las normativas y leyes del país donde se ubican. En el caso de México es observable que algunas empresas ni siquiera cumplen con sus obligaciones a ese nivel.

¹⁸⁰ Por ejemplo, el Consejo Mexicano para el Desarrollo Económico y Social A.C. (COMDES) a la vez que explicita los propósitos del Gobierno Federal de un desarrollo económico y social que armonice competitividad y respeto al medio ambiente, también da a conocer los compromisos de la iniciativa privada (sobre todo de las grandes empresas) para alinear sus estrategias y operaciones con ciertos estándares laborales, medioambientales, de derechos humanos y anticorrupción. Asimismo, se ilustra que México ha suscrito

Si bien es cierto que la RSE es una decisión voluntaria¹⁸¹ también es importante considerar que las empresas y sus directivos no sólo deben ser responsables ante sus accionistas de las políticas administrativas y las decisiones que toman. También deben adoptar compromisos con el respeto a los derechos sociales, derechos humanos y al medio ambiente. Esto les permitirá construir una ventaja competitiva a largo plazo que no sólo aumentará sus ventas y ganancias, sino que mejorará su reputación en el mercado de consumidores y muy probablemente reforzará la fidelidad de sus clientes. Además, las empresas socialmente responsables tienen el potencial de mejorar el desempeño financiero mediante mejoras en las actitudes de los trabajadores, de la productividad y de los procesos internos. Ése es el verdadero sentido que le deben dar las empresas mexicanas a la RSE. Este tipo de RSE más se ha desarrollado en las grandes empresas mexicanas; pero también es importante que se adopte en las empresas pequeñas y medianas que son el mayor porcentaje de la estructura empresarial del país. Sin embargo, los contextos y ambientes internos en los que operan empresas de ese tamaño, seguramente dificultarán la adopción de una RSE con la orientación deseada. En tal sentido, proponemos que las empresas mexicanas de menor tamaño deberían ir desarrollando procesos de los más simples a los más complejos y construir sus procesos de aprendizaje para, por aproximaciones sucesivas, ir conformando la estructura más adecuada para cumplir con sus compromisos sociales, laborales y medioambientales.

En esa perspectiva, presentamos a continuación sugerencias (sin ser exhaustivos) para una ruta crítica para alcanzar a largo plazo ejercer un Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable (SGER) dentro de las pequeñas y medianas empresas mexicanas. Se trata de los pasos iniciales para incentivar prácticas de buen gobierno corporativo y la construcción de una cultura ética y socialmente responsable que sea sostenible en el tiempo en empresas de ese tamaño:

1. *Elaborar un análisis FODA*: Consiste en un análisis formal y sistemático de las áreas del ambiente interno y las fuerzas del contexto de la empresa que permitan identificar y monitorear las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la organización.
2. *Realizar el análisis del impacto de la organización en la sociedad*: Generalmente a este apartado se le conoce como análisis de los grupos de interés o stakeholders que son afectados por las decisiones de la empresa. Implica determinar cuál y cómo es el impacto que ejerce la empresa sobre determinados grupos que mantienen nexos con la organización.
3. *Diseñar un plan de acción*: Del análisis de los grupos de interés, se desprende un plan de acción que deberá elaborar la alta gerencia y será puesto en marcha por un equipo encargado de ejecutar las acciones encaminadas a lograr un mejor impacto en esos grupos. Las acciones de la organización dependerán del estatus actual de la empresa, de su visión, misión, objetivos y estrategias en todo nivel.
4. *Elaborar una política de responsabilidad social*: En términos generales implica determinar los objetivos éticos, sociales y medioambientales que la empresa desea cumplir; las acciones que se llevarán a cabo para cumplirlos; los recursos necesarios y los procesos pertinentes para concretizarlos; y debe ser establecida por la alta gerencia. Esta última parte es muy importante puesto que de ella se desprende la auditoría del sistema de gestión ética y responsabilidad social. Por lo

cerca de 100 acuerdos internacionales relacionados con el medio ambiente y el desarrollo sustentable. Pero, las prácticas gubernamentales y empresariales aún distan mucho de esos buenos propósitos. Véase: <http://www.consejomexicano.org.mx/www.desarrolloeconomico.info>, consultado el 17 de febrero de 2009.

¹⁸¹ En Europa ya se está evaluando la posibilidad de imponer obligaciones legales en las empresas europeas para mejorar su responsabilidad sobre los derechos sociales, derechos humanos y del medio ambiente afectados por sus operaciones, en un contexto de mayor presión de los gobiernos, de las organizaciones no gubernamentales y de una mayor conciencia ciudadana; pero con evidencias que hay casos de empresas europeas que no cumplen con los estándares mínimos sociales y medioambientales en sus países de origen así como en países en desarrollo donde trasladan sus plantas para evitar los controles europeos. Ver, Perdiguer, 2003: 126-128, 199-204.

tanto el equipo responsable del SGER, deberá cerciorarse de diseñar procesos susceptibles de verificación.

5. *Verificar*: Consiste en definir criterios de evaluación de los procesos auditables en función de una guía de estándares nacionales y luego de la norma internacional que la certificará¹⁸². Ello implica elaborar indicadores que permitan conocer la efectividad de las acciones encaminadas a lograr el plan de acción de la empresa, así como el éxito en el cumplimiento de los objetivos particulares de la empresa. La verificación por otra parte, consiste en ser evaluada mediante un agente externo (los grupos de interés), son ellos quienes con su satisfacción indican si la empresa está cumpliendo con el compromiso social que se propuso. La organización por lo tanto deberá formular métodos de información a los grupos de interés. Finalmente una empresa externa se encargará de auditar y certificar a la organización.

A continuación se presenta una propuesta de aspectos y variables a tener en cuenta para el SGER en las empresas de menor tamaño en México.

SGER en las pequeñas y medianas empresas mexicanas: Aspectos, variables e indicadores

Aspectos	Impactos	Variables	Indicadores
ECONÓMICO	Impactos económicos directos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Accionistas 2. Clientes 3. Proveedores productivos 4. Empleados 5. Proveedores de capital 6. Competidores 7. Sector gobierno 	<ul style="list-style-type: none"> -Honestidad en la administración, rentabilidad y productividad -Cumplimiento de obligaciones (convenios, ofrecimientos, pagos, etc.) y conducta apegada a la veracidad e integridad -Competencia leal y honesta sin recurrir a espionaje, corrupción, agresión, etc. -Reglas claras de competencia y respeto a los principios éticos -Cumplimiento de las obligaciones fiscales y apoyo a los planes de desarrollo de la comunidad
MEDIO-AMBIENTAL	Impactos medio-Ambientales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Materias primas 2. Energía 3. Agua 4. Biodiversidad 5. Emisiones, vertidos y residuos 6. Proveedores 7. Productos y servicios 8. Cumplimiento 9. Transporte 	<ul style="list-style-type: none"> -Generación y manejo de residuos sólidos, la emisión de gases, los desechos líquidos, el tratamiento de agua -Registro de materiales utilizados, posibilidades de ser renovados -Energía utilizada, proveniente de recursos renovables y no renovables -Empaques, posibilidades de reuso y reciclaje -Posibilidades de aplicación de la ISO 14000 (estándares internacionales de gestión ambiental)
SOCIAL	1. Prácticas laborales y trabajo decente	<ol style="list-style-type: none"> 1. Empleo 2. Relaciones empresa/trabajadores 3. Salud y seguridad 4. Formación y educación 5. Diversidad y oportunidad 	<ul style="list-style-type: none"> -Inventario de expectativas de colaboradores -Programas de capacitación y desarrollo profesional -Normas laborales básicas según legislación nacional y estándares internacionales de trabajo

¹⁸² Se trata de la ISO 26000, en mayo de 2010 en Dinamarca se lanzó la primera versión para el público. Luego de realizar las correcciones editoriales, se publicó la norma oficialmente en septiembre de 2010. El objetivo principal de esta norma es apoyar a las organizaciones para que puedan brindar una responsabilidad social coherente, proporcionándoles un mayor conocimiento sobre ésta y criterios para su aplicación (Franco, 2009:2).

	2. Derechos humanos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estrategia y gestión 2. No discriminación 3. Libertad de asociación y negociación colectiva 4. Trabajo infantil 5. Trabajo forzoso y obligatorio 6. Medidas disciplinarias 7. Medidas de seguridad 8. Derechos de los indígenas 	<ul style="list-style-type: none"> -Leyes de tercerización e intermediación laboral -Programas de colaboración con organismos, clubes o asociaciones sociales, educativas, científicas o asistenciales -Estructura organizacional para la gestión de emprendimientos sociales (órganos de línea, instancias específicas, organización independiente) -Mecanismos y fuentes de financiamiento de emprendimientos sociales (basados en transacciones comerciales o ajenos a ellas) -Objetivos e indicadores operacionales de emprendimientos sociales
	3. Sociedad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comunidad 2. Corrupción 3. Contribuciones políticas 4. Competencia y precios 	
	4. Responsabilidad del producto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Salud y seguridad del cliente 2. Productos y servicios 3. Publicidad 4. Respeto a la intimidad 	

Fuente: Elaboración propia con base en: Franco, 2009:2. GRI (Global Reporting Initiative) “Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad sobre actuaciones económicas, medioambientales y sociales de la empresa”. Programa de las Naciones Unidas, Versión 2003.

A modo de conclusión

La RSE y el desarrollo sostenible desde hace más de tres décadas han evolucionado, convirtiéndose cada vez más en aspectos relevantes en el desarrollo de las estrategias competitivas de las empresas. Se observa cómo cada vez más empresas incluyen aspectos éticos, de responsabilidad social y de desarrollo sustentable en su visión, misión, objetivos y estrategias en todo nivel. Asimismo, dependiendo de la industria y del entorno sociocultural, se abarcan detalles específicos acerca de temas sociales, laborales y medioambientales o temas puntuales relacionados con una gama más amplia de grupos de interés involucrados que aquella circunscrita a los accionistas, clientes y trabajadores.

La RSE se ha convertido en una fuente importante de ventaja competitiva. Las empresas que logran la coexistencia eficiente y equilibrada de una gestión económica, social y ambiental mantienen su buena reputación en la comunidad, además de tener efectos positivos sobre sus utilidades y su posicionamiento competitivo a largo plazo. Las ventajas de ser una empresa socialmente responsable son: obtener la lealtad de los clientes, atraer a nuevos inversionistas, tener una mayor influencia en la sociedad al mantener una relación estrecha con ella, reducir costos operativos, posicionamiento de la marca, mejoramiento de las finanzas, acceso a capital, entre otros.

Se ha avanzado mucho, sobre todo en el continente europeo, en el diseño de estrategias, guías de análisis y monitoreo, normas internacionales, herramientas y estándares así como en la sistematización de prácticas empresariales en el campo de la RSE. Esto genera un panorama claro y muy rico de los objetivos y acciones que pueden desplegar las empresas mexicanas para convertirse en negocios eficientes a la vez de responsables socialmente y respetuosos del medio ambiente. En tal sentido se identificaron un conjunto de aspectos, variables e indicadores para que las empresas mexicanas pequeñas y medianas diseñen y apliquen un sistema de gestión ética y socialmente responsables en la idea que son procesos de aprendizaje graduales que van de los pasos más sencillos a los más complejos y que les permitan ser reconocidas en el país y luego en el mundo como

empresas comprometidas con la sociedad y el medio ambiente. Para ello es crucial que exista una conciencia ciudadana y una sociedad educada para ejercer presiones sobre las empresas para que se responsabilicen de los impactos que generan sus bienes y servicios en la sociedad y en la naturaleza, además de los efectos en sus trabajadores y accionistas. Pero, también es importante que los tres niveles de gobierno sean promotores de la competitividad responsable y en particular de la RSE, y constructores de un marco regulatorio que facilite mecanismos de control por parte de la ciudadanía y de otras organizaciones civiles.

Actualmente existe un debate metodológico respecto a si la ética en los negocios es resultado de la formación ética y moral de los sujetos ó si esta ética es resultado de las prácticas morales o amorales de las empresas. Aunque este debate no está acabado, la postura metodológica de este trabajo se basó en visualizar a la empresa como una “institución”, desde esta perspectiva ninguna de estas dos posturas es concluyente, se trata más bien de contemplar a la empresa como el espacio de interacción de los individuos en donde tanto las acciones de un sujeto repercuten en el ambiente interno de la empresa así como las acciones colectivas de los individuos interactúan con su medio externo, las elecciones éticas individuales son influidas con más frecuencia por discusiones, conversaciones y debates que operan en contextos grupales, tendiendo como resultado una amplia gama de situaciones éticas y morales todas ellas distintas entre las empresas.

Por último, el tema de la RSE es inconcluso y seguirá enriqueciéndose. De ello dan cuenta los valiosos aportes que en administración estratégica se han venido realizando. Concluir de modo definitivo que ciertas prácticas empresariales son éticas o bien amorales es imposible, con esta visión de los negocios éstos no podrían existir. Si bien es cierto que se supone que las prácticas comerciales operan en mercados libres y competitivos, las prácticas empresariales en realidad no lo están, operan en un marco legal-institucional en el cual las reglas del juego explícitas se convierten en ciertos convencionalismos implícitos sobre los cuales se construyen los ambientes sanos de negocios. Es más bien, esta pauta de comportamiento empresarial la que otorgará una ventaja competitiva a las empresas en la nueva era de la administración estratégica de los negocios.

Fuentes bibliográficas

*Aguirre, A.A., Castillo, A.M. y Tous, D. (1999). *Administración de Organizaciones. Fundamentos y Aplicaciones*. España: Pirámide.

* Carroll, A. B. (1979): “A three Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance”. *Academy of Management Review* vol. 4 nº 4, pp. 497-505.

* Castillo C., A. M. (1985): “La responsabilidad de la empresa en el contexto social: su articulación, gestión y control. Tesis Doctoral. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Málaga.

* Castillo C., A. M. (1997): “Convergencia entre la gestión pública y la privada: una tendencia en el horizonte futuro”. En: Ruiz González, M. (ed.): Ponencias y Comunicaciones 1997. XI Congreso Nacional y VII Hispano-Francés de AEDEM Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa Lérida, p. 547-555.

* FORETICA (Foro para la Evaluación de la Gestión Ética) (2002). *Norma para la evaluación de la gestión ética y socialmente responsable en las organizaciones, SG21*. Madrid, España: Forética.

* Franco Concha, Pedro (2009). “ISO 26000: Responsabilidad social ¿aplicable en el Perú?”. *Revista Punto de Equilibrio*. Año 18. No.101. Julio de 2009. Universidad del Pacífico. Perú. Recuperado el 13 de agosto de 2009 en: http://www.puntodeequilibrio.com.pe/punto_equilibrio/01i.php?pantalla=noticia&id=150806&bolnum_key=29&serv_key=2100

- * Friedman M. “The social responsibility of business in to increase its profits”. *The New York Times Magazine*, September 13, 1970. Recuperado el 5 de junio de 2009 en: <http://www.umich.edu/~thecore/doc/Friedman.pdf>
- * García Vega, Emilio (2009). “La gestión ambiental y social: hacia el desarrollo de una estrategia empresarial eficiente”. *Revista Punto de Equilibrio* (versión electrónica). Año 18. No.101. Julio de 2009. Universidad del Pacífico. Perú. Recuperado el 13 de agosto de 2009 en: http://www.puntodeequilibrio.com.pe/punto_equilibrio/01i.php?pantalla=noticia&id=15784&bolnum_key=29&serv_key=2100
- * González Mejía, E. J. (2009). “Empresas Integradoras y desarrollo local en Michoacán: Una propuesta metodológica”. Tesis de Maestría en Ciencias en Desarrollo Local. Facultad de Economía “Vasco de Quiroga”. División de Estudios de Posgrado. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- * Joyner y Payne (2002), adaptado de Carroll (1979). “A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance”. *Academy of Management Review*, Vol. 4, Núm. 4, pp. 497-505.
- * Longenecker, J. – Moore, C. - Petty, W. – Palich, L. (2008). *Administración de pequeñas empresas: enfoque emprendedor*. México: Cengage Learning Editores. 13º. Edición.
- * Martínez Cerna, Luis (2006). “Una empresa socialmente responsable es más competitiva: Propuesta de un modelo conceptual para el análisis de la relación entre responsabilidad social corporativa y competitividad”. *Tercer Encuentro Internacional sobre Economía Política y Ética*, Universidad de Deusto, España.
- * Perdiguero, Tomás G. (2003). *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*. España: Anagrama.
- * Porter, M. E. – Kramer, M. R. (2003) “La filantropía empresarial como ventaja competitiva”. *Harvard Business Review*. No. 112. Enero-febrero 2003, pp.7-20.
- * Porter, M. E. – Kramer, M. R. (2006) “Estrategia y sociedad: el vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa”. *Harvard Business Review*. Vol. 84. No. 12. Diciembre 2006, pp.42-57.
- * Weiss, W. J. (2006). “Ética en los negocios. Un enfoque de administración de los stakeholders y de casos”. México: Thompson.

Fuentes electrónicas

- <http://www.gestiopolis.com/canales8/rrhh/losrecursoshumanos/razones-para-ser-una-empresa-socialmente-responsable.htm> Recuperado el 3 de septiembre de 2009.
- <http://www.comunicar.org.ar/responsabilidad3.htm> Recuperado el 8 de mayo de 2009.
- <http://www.comunicarseweb.com.ar/biblioteca/articulos/beneficios.html> Recuperado el 5 de abril de 2009.
- <http://www.empresasolidaria.gva.es/faq.aspx#Punto2> Recuperado el 10 de junio de 2009.
- http://www.revistafuturos.info/futuros_6/resp_empresarial_1 Recuperado el 3 de mayo de 2009.
- http://www.mtas.es/insht/ntp/ntp_643.htm Recuperado el 8 de mayo de 2009.

EL ESTUDIO DEL TURISMO DESDE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, CANADÁ Y EUROPA HACIA MÉXICO: UN ENFOQUE DE SISTEMA DE DEMANDA CASI IDEAL LINEAL

Antonio Kido Cruz akido42@hotmail.com Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Ma. Teresa Kido Cruz tkido@unpa.edu.mx Universidad del Papaloapan
Janeth Ortiz Ruiz janheth_ortiz@fevaq.net Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

El estudio de la demanda internacional del turismo no es un asunto sencillo ya que involucra una serie de actividades interrelacionadas entre sí. Aunque una parte de la literatura especializada en el análisis del servicio turístico internacional implica el uso de la teoría del comercio internacional, la mayor cantidad de estudios empíricos sobre este tema se concentra en el análisis del comportamiento del consumidor. En México, son escasos los estudios de demanda turística internacional desde la óptica de los sistemas de ecuaciones, por lo cual, esta investigación tiene como objetivo estudiar la demanda internacional de turismo en México utilizando un sistema de ecuaciones de demanda casi ideal lineal que rescata los efectos precio-cruzado en contraposición al análisis uniecuacional. Los resultados encontrados señalan que el turismo es un bien de lujo para los Estados Unidos de Norteamérica y la región de Europa, mientras que para Canadá es considerado como un bien normal. Los coeficientes estimados de la elasticidad-ingreso de la demanda fueron de 1.67 para Estados Unidos, 1.28 para Europa y 0.97 para Canadá.

Palabras clave: México, turismo internacional, modelo casi ideal de demanda, elasticidades.

Abstract:

The international tourism study is not an easy issue since tourism involves a diverse set of activities interrelated among them. Although research literature has reported the international theory as an important mainframe for studying tourism, the majority of empirical papers on tourism focus in the consumer demand theory. Few studies have been written about tourism in Mexico using demand systems. Therefore, the objective of this paper is to estimate a linear almost ideal demand system in order to capture cross-price effects in contrast to other demand models. Results show that tourism for the United States and Europe is a luxury good but not for Canada. The income-elasticity was estimated on 1.67 for United States, 1.28 for Europe and 0.97 for Canada.

Keywords: Mexico, international tourism, almost ideal demand model, elasticities.

Introducción:

En el año de 2006, la Organización Mundial del Turismo (OMT) establece que un turista puede ser considerado como aquella persona que se desplaza de su entorno habitual por un motivo diferente al de ejercer una actividad remunerada en el país de visita. Posteriormente, la misma organización agrega que el turismo debe considerarse como aquella actividad que realiza el visitante durante un período de tiempo consecutivo menor de un año.

En los últimos años, como consecuencia de la globalización, el sector turístico en el mundo se ha enfrentado a una serie de cambios, tales como la expansión espacial de grandes corporaciones turísticas y la integración, cooperación y alianzas entre ellas, lo cual ha provocado un incremento sin precedentes en el nivel de competencia entre los destinos turísticos (Dwyer y Chang, 2003). Tal nivel de competencia, conduce a que el consumidor obtenga numerosas alternativas turísticas, por lo que de acuerdo a sus percepciones, necesidades y motivaciones, determina su elección de destinos y servicios turísticos (Dwyer, Rao y Forsyth, 2002). Uno de los factores determinantes para la demanda de servicios turísticos y para la elección de un destino turístico es el precio, el cual, ha cobrado gran importancia a raíz de las crisis financieras que se han presentado en todo el mundo (Song y Witt, 2000). La teoría económica argumenta que además del precio, el ingreso y los precios de los bienes sustitutos y complementarios son factores determinantes de la demanda de cualquier bien o servicio como lo es el turismo.

De acuerdo al Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos (2010), el Valor Agregado Bruto Turístico en México representó 8.2% del correspondiente al total del país durante el año 2008, cifra superior a la del producto generado, de manera conjunta, por actividades económicas como la agricultura y las industrias alimentaria, de la madera, del papel, y de la química. Las actividades relacionadas con el turismo generaron poco más de 2.4 millones de puestos de trabajo remunerados, representando el 6.8% respecto a los del total del país, destacando por su aportación al empleo de este sector los servicios de restaurantes, bares y centros nocturnos que ocuparon al 36.1% del total, los otros servicios 24.4%, los de transporte 18.2%, las actividades dedicadas a la producción de artesanías y otros bienes 11.8%, y los de alojamiento, tiempos compartidos y mantenimiento al 9.5%. Sin embargo, el sector turístico es muy sensible al impacto negativo de diversos eventos y fenómenos económicos y naturales, tales como volatilidad en los tipos de cambio, desastres naturales, y problemas varios de diferente índole, lo cual afecta la competitividad del sector.

En enero del año 2009, México registró la peor caída en 15 años, para el mismo mes, de los ingresos que capta por viajeros internacionales. Durante el primer mes del año 2009, el ingreso captado por esta actividad fue de 1,192 millones de dólares. En enero del año 2008 se captaron ingresos por 1,289 millones de dólares. Estas cifras representan una caída para el año 2009 de un 7.5%, equivalente a una decremento en la captación de ingresos por 97 millones de dólares (Secretaría de turismo, 2010).

De acuerdo con las cifras oficiales del Sistema Integral de Operación Migratoria (2009) se observa que el 73.4% de los turistas que visitaron México en el año 2005 tienen su origen en Estados Unidos de América (USA) y Canadá y un 9.17% de los turistas provinieron de Europa, destacando Inglaterra y España con alrededor de un 2% cada país. América Latina y el Caribe aportaron sólo el 3.44% y el resto de los países representaron el 13.99% del turismo de internación. De manera específica, el 68% de los visitantes turísticos a México correspondió al país de los Estados Unidos, aunque es

importante comentar que en estas cifras están considerados los mexicanos que residen en Estados Unidos de América (EUA) y los turistas que por tierra cruzan la franja fronteriza norte del país. De acuerdo a la misma fuente, el gasto promedio por estancia se estimó en 678 dólares y se señala que los meses de marzo, julio y diciembre es cuando se genera el mayor número de los turistas de internación y los meses de septiembre y octubre el período de menor afluencia de turismo de internación.

Con la información presentada en los párrafos anteriores es posible establecer que las variaciones en el turismo de internación en México, así como los cambios en el gasto promedio, la captación de divisas por turismo, el empleo y los impuestos generados por la base turística dependen, en un gran porcentaje de los componentes que afectan el comportamiento del consumidor de servicios turísticos en los países de América del Norte (EUA y Canadá) y Europa (Inglaterra y España).

Revisión de literatura sobre estudios del turismo:

El estudio del turismo internacional no es fácil de modelar. Eilat, Yahir, y Einav (2003) comparan al turismo internacional con cualquier otra forma de comercio internacional de servicios. Por lo tanto, el punto de partida teórico desde el programa neoclásico lo representa la teoría del comercio internacional (explicación de los flujos comerciales internacionales debido a la dotación de factores relativos de Herckser y Ohlin que utilizan modelos de ventaja comparativa). La teoría del comercio internacional establece que cada país exportará aquellos bienes cuya producción es intensiva en los factores que son relativamente abundantes en dicho país e importará aquellos otros que utilizan intensivamente los recursos que en el país son relativamente escasos. Este teorema es plausible, pero es también bastante arriesgado, ya que explica la composición del comercio internacional enteramente en términos de las condiciones de oferta; si, por ejemplo, la demanda de un país tiende a favorecer aquellos bienes que utilizan más intensivamente el factor abundante, la teoría puede predecir erróneamente (Blaug, 1985). El complemento a la teoría del comercio internacional, se deriva de la propuesta teórica de la igualación de los precios de los factores de Samuelson. Esta teoría establece que, bajo ciertas condiciones especiales (competencia perfecta, costos de transportes nulos, especialización incompleta, ausencia de externalidades, etc.) el libre comercio generaría una igualación completa, y no sólo parcial, de los precios de los factores. Sin embargo, la mayor cantidad de trabajos referidos al turismo internacional se circunscribe al uso de la teoría de la demanda microeconómica del programa neoclásico (Brida, Rizo y Sanchez, 2008; Mervar y Payne, 2007; Song y Wong, 2003; Song y Witt, 2003; Webber, 2001, Witt y Witt, 2005). Una cantidad importante de estudios pioneros sobre turismo (Divisikera, 2005; Sincliar, 2001; Jhonson y Ashworth, 1990; Artus, 1972) están basados en modelos uniecuacionales que ignoran la interdependencia entre destinos turísticos competitivos y carecen de consistencia teórica en axiomas básicos de la teoría del comportamiento del consumidor y de la utilidad. Consecuentemente, se ha producido paulatinamente un cambio en el uso de modelos para analizar la demanda de turismo internacional, pasando de modelos de una sola ecuación a modelos de demanda de varias ecuaciones estimadas simultáneamente (Li, Witt y Song, 2004). Estos modelos han también experimentado diversos enfoques econométricos que utilizan series de tiempo, pasando desde el uso del modelo de corrección de errores, métodos de cointegración y panel hasta sistemas dinámicos de demanda (Song y Li, 2007).

El modelo de sistema de demanda casi ideal introducido por Deaton y Mullbauer (1980) ha sido utilizado para modelar una diversidad de bienes como por ejemplo, el gasto de los hogares (Blundell, Browning y Meghir, 1994); en el sector de alimentos, en particular, el consumo de bebidas

alcohólicas (Johnson, et al, 1992) y el gasto en el consumo de carnes (Holt y Goodwin, 1997). En México, la aplicación de este tipo de modelos también se concentran en el sector de alimentos, particularmente en el consumo de carnes (González y Martínez, 2000); en el de frutas (Martínez y Vargas, 2004) y para consumo de café (Martínez y Salinas, 2004). Cortes y Jiménez (2009) han señalado que este tipo de modelos se pueden utilizar en cualquier bien o servicio en niveles agregados en donde el consumidor racional enfrenta elecciones de presupuesto en diferentes etapas. Li, Son y Witt (2004) describen las siguientes ventajas del modelo casi ideal sobre otros modelos para el análisis de la demanda: genera una aproximación arbitraria de primer orden para cualquier sistema de demanda, presenta una forma funcional flexible y no impone, a priori, restricciones sobre el cálculo de las elasticidades.

En el ámbito del turismo internacional también es posible identificar que la aplicación de modelos de demanda casi ideal estáticos o dinámicos puede incluir el comportamiento del gasto turístico de un solo país o región de origen hacia diversos destinos (Chang, Khamkeaw y McAleer, 2010; Li, Song y Witt, 2004) o de un solo país de destino y diversos países de origen del turista (Aslan, Kula y Kaplan, 2009).

En el contexto de México, los autores no encontraron estudios de sistemas de demanda casi ideal aplicados al turismo internacional, por lo que el presente estudio pretende explicar el comportamiento de la demanda turística internacional para México (un solo país destino con varios países de origen de los turistas) en un contexto de cambios constantes en las variables de macro precios e ingresos en todo el mundo, pero principalmente en el área de América del Norte.

Demanda empírica para México:

Para la especificación del modelo de demanda hacia México se utilizará el sistema de demanda casi ideal (AIDS por sus siglas en inglés) de Deaton y Mullbauer (1980a), el cual se expresa de manera matricial como:

$$y_i = X_i \beta_i + \epsilon_i \quad [1]$$

con $i=1,2,K, M$

Donde cada y_i es de tamaño $(T \times 1)$, la matriz X_i es $(T \times K_i)$, los β_i son de $(K_i \times 1)$. Dado el tamaño de las matrices, el modelo se puede expresar como:

$$Y(TM \times 1) = X(TM \times K) \beta(K \times 1) + \epsilon(TM \times 1) \quad [2]$$

Donde K surge de la suma de los K_i de cada ecuación. Para estimar los parámetros del modelo y en el caso en que la matriz de varianzas y covarianzas del sistema sea conocida, es posible estimar los coeficientes por mínimos cuadrados generales, de tal forma que su expresión matricial estaría dada por las siguientes expresiones:

$$\beta = [X' + \left(\sum^{-1} \otimes I\right)X]^{-1} X' \left(\sum^{-1} \otimes I\right) y \quad [3]$$

$$\beta = [X' \Phi^{-1} X]^{-1} X' \Phi^{-1} y \quad [4]$$

En donde \otimes representa el producto kronecker y Φ es considerada la matriz de varianzas y covarianzas de manera tal que el nuevo estimador posee una menor varianza ya que toma en cuenta el factor de correlación contemporánea entre los distintos vectores de las perturbaciones de las diferentes ecuaciones. Cuando la matriz Φ no es conocida, entonces el estimador calculado por mínimos cuadrados generalizados se representa como:

$$\tilde{\beta}_{SUR} = \left(X' + \left(\sum^{-1} \otimes I\right)X\right)^{-1} X' \left(\sum^{-1} \otimes I\right) y \quad [5]$$

La expresión anterior representa el estimador SUR de Zellner de amplio uso en la práctica econométrica para cálculo de sistemas de ecuaciones.

El modelo AIDS se expresa de manera formal como un sistema de ecuaciones de demanda derivado a partir de una función de costo que define el costo mínimo necesario para alcanzar un nivel de utilidad específico, dados los precios. Partiendo de la siguiente expresión:

$$\log c(p, u) = \alpha_0 + \sum_{k=1}^n \alpha_k + \log p_k + \frac{1}{2} \sum_k \sum_j \gamma_{kj} * \log p_k \log p_j + u \beta_0 \prod_k p_k \beta_k \quad [6]$$

Donde, p es el vector precios, u es la utilidad, α_0 , α_k , β_0 , β_k , γ_{kj} son parámetros, y p_k son los precios individuales de cada bien. Aplicando el teorema de Shephard y dentro del contexto del análisis del turismo, se obtienen las funciones de demanda marshallianas expresadas en participaciones del gasto como:

$$w_i = \alpha_1 + \sum_{j=1}^n \gamma_{ij} \log p_{jt} + \beta_i \log \left(\frac{Y_t}{P_t} \right) \quad [7]$$

Donde $\gamma_{ij} = (\gamma_{ij} + \gamma_{ji}) / 2$

En esta situación i representa el país de origen entre un grupo n de países. La variable dependiente w representa la cuota de la participación del gasto del turista efectuado en el país de entrada (México) tomado de una serie n de países de origen; p_j representa el precio que enfrenta el turista en el país j y γ_{ij} es el parámetro del logaritmo natural del precio del turista en el país jth; β_i se define como el parámetro del logaritmo natural del gasto per cápita en el país i y Y_t representa el gasto per cápita del turista. Finalmente, P se considera como un índice ponderado de precios de los países de origen y se define como:

$$\log P_t = \alpha_0 + \sum_{k=1}^n \alpha_k \log p_{kt} + \frac{1}{2} \sum_{j=1}^n \sum_{k=1}^n \gamma_{kj} \log p_{kt} \log p_{jt} \quad [8]$$

La variabilidad en la participación del gasto de la ecuación [4] puede ser explicada por el precio al turista en el país i y un país de origen alternativo j además del gasto per cápita de los países de origen deflactados por un índice de precios P.

El modelo definido por [4] es no lineal lo que complica considerablemente la estimación. Deaton y Muellbauer (1980b) plantearon una fácil linealización mediante la utilización del siguiente índice de precios de Stone:

$$\log P_t = \sum_{i=1}^n w_i \log p_{it} \quad [9]$$

Este índice ha sido utilizado en la mayoría de los análisis de demanda con el modelo AIDS. No obstante, diversos autores (Eales y Unnevehr, 1988; Burton y Young, 1992) entre otros han señalado que la utilización de este índice puede generar problemas de simultaneidad en el modelo. Para evitarlos, los primeros utilizaron un índice alternativo que consistía en retardar un período el valor de las participaciones del gasto. Los segundos utilizaron el siguiente índice de precios:

$$\log P_t = \sum_{i=1}^n \bar{w}_i \log p_{it} \quad [10]$$

Donde \bar{w}_i es la media de las participaciones de gasto w_i . En este estudio se utilizará este segundo método ya que el algoritmo empleado en Matlab permite introducirlo con relativa claridad.

Finalmente, es posible introducir una variable de tendencia T con la finalidad de conocer el cambio promedio anual de la participación del gasto turístico en el país destino. De esta forma, la ecuación [4] puede reformularse como:

$$W_{it} = \alpha_i + \delta_1 T + \sum_{j=1}^n \gamma_{ij} \log p_{jt} + \beta_i \log \left(\frac{Y_t}{P_t} \right) \quad [11]$$

Donde W_i es el vector de variables dependientes que representa la participación del gasto turístico de los países de origen (Estados Unidos, Canadá y Europa) hacia el país destino México. El parámetro δ_1 representa un cambio de tendencia en el tiempo determinado exógenamente; γ_{ij} se define como el cambio absoluto de la participación del gasto en el bien i debido a un cambio del 1% en el precio del bien j y β_i se define como un parámetro y representa el cambio absoluto en la participación del gasto i_{th} ante un cambio del 1% en el gasto real per cápita.

De manera específica la variable W se calcula como $W_{it} = E_{ijt} / GT$, donde E_{ijt} se refiere al gasto promedio del turista por día de cada país de origen en el país destino en el tiempo t multiplicado por el tiempo de estancia en el país de origen que a su vez multiplica al número total de turistas de cada país de origen. La variable p_j se describe como $\log p_j = \ln (IPC_i * TC / IPC_j)$; en donde $\ln p_j$ representa el logaritmo natural del precio relativo del turismo de cada país de origen; IPC_j es el índice de precios al consumidor en cada país de origen, TC es el tipo de cambio (cantidad de pesos mexicanos requeridos para la compra de una unidad monetaria de los países de origen) y el IPC es el índice de precios al consumidor en México. $\log (Y_t/p)$ representa el gasto real *per cápita* del turismo que se equipara como $\log (Y_t/P) = \log (ITI/PTM * 1/P)$ en donde ITI representa el ingreso del turismo internacional y PTM es la población con relación al turismo en México. P se define como el índice de Stone definido en la ecuación (10).

Una de las ventajas de la utilización del sistema AIDS es que las condiciones sugeridas por la teoría de la demanda pueden fácilmente introducirse en el modelo imponiendo ciertas restricciones sobre los parámetros a estimar, lo que permite contrastar su cumplimiento:

Agregación:

$$\sum_{i=1}^n \alpha_i = 1, \sum_{i=1}^n \gamma_{ij} = \sum_{i=1}^n \beta_i = 0 \quad [12]$$

Homogeneidad:

$$\sum_{j=1}^n \gamma_{ij} = 0 \quad [13]$$

Simetría:

$$\gamma_{ij} = \gamma_{ji} \quad [14]$$

Las elasticidades gasto y precios de este modelo AIDS se calculan mediante las siguientes expresiones:

Elasticidad ingreso (o gasto):

$$\eta_i = 1 + \frac{\beta_i}{W_i} \quad [15]$$

Elasticidad precio – directas:

$$\epsilon_{it} = -1 + \left(\frac{Y_{it}}{W_i} \right) - \beta_i \quad [16]$$

Información utilizada:

El modelo de estudio aquí presentado modela el servicio del turismo de la misma manera en que se modela la demanda de cualquier otro bien que ha sido adquirido internacionalmente. En general, la demanda internacional de turismo es calculada por una medida de volumen (la cantidad agregada de las cantidades consumidas de todos los bienes y servicios por el turista) como pueden ser el número

de turistas o las noches que pasa el turista en el país destino. También puede ser modelada por una medida de valor, como por ejemplo, el gasto del turista. Esta última medida de la demanda internacional de turismo, puede ser generada desde dos fuentes: los gastos del turista disponibles en el país de origen y los gastos efectuados en el país destino. La primera medida corresponde a una expectativa de gasto reportada por el turista en su país de origen y la segunda medida corresponde a los gastos realmente efectuados por el turista en el país destino al finalizar su estancia turística. En este estudio, sólo se pudo obtener de los gastos originados en el país destino.

Para la elección de los países de origen de los turistas internacionales se utilizó información del Sistema Integral de Operación Migratoria (2009) cuyo registro permite conocer con mayor grado de exactitud la nacionalidad de los turistas, pues refleja el registro de ingreso al país mediante la lectura electrónica del pasaporte de cada turista. Este sistema opera de manera permanente en los 11 aeropuertos más importantes del país dando así una cobertura próxima al 90 por ciento en el registro de los turistas que se internan a nuestro país. De acuerdo a esta información y para los objetivos de esta investigación, se tomó como conjunto de estudio, a aquellos países y/o regiones que son susceptibles de proporcionar el 85 % del turismo internacional a México durante los últimos años. Estos países están representados por los Estados Unidos de América, Canadá y Europa respectivamente.

Para la recopilación de las cifras requeridas para la construcción de los índices de precios, se utiliza como fuente de información el Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos (SECTUR, 2010). Se recopilaron datos de los índices de precios al consumidor para cada uno de los países de entrada y del país destino así como el gasto per cápita de los países de entrada. Para el caso de Europa se consiguió el índice de precios al consumidor de la Unión Europea (Banco de México, 2010). Toda la información es anual y comprende los años de 1990 hasta el 2009.

El cálculo de los precios relativos del turismo de cada país de entrada así como el gasto per cápita real fueron derivados utilizando el precio de paridad de compra para cada país. El poder de paridad adquisitivo indica los niveles de gastos requeridos en los diferentes destinos para comprar la misma canasta de bienes y servicios. Para obtener el Precio de Paridad Adquisitivo, se utilizó la siguiente fórmula (Sadoulet y De Janvry, 2004):

$$PPC = Tc^* \frac{IPC \text{ Doméstico Año Base} / IPC \text{ Doméstico Año Final}}{IPC \text{ Externo Año Base} / IPC \text{ Externo Año Final}}$$

Donde PPC representa el Precio de Paridad de compra; Tc* representa la tasa de cambio nominal del año base (2000); IPC doméstico es el índice de precios doméstico año base 2000 y el IPC externo representa el índice de precios de cada país de entrada. Para el caso de Europa se utilizó el promedio de los principales países emisores de turistas hacia México (Inglaterra, Francia y España).

Resultados:

El cuadro (1) muestra los resultados de los coeficientes del sistema de demanda casi ideal de turismo internacional que tiene como destino a México.

Cuadro 1. Estimadores MCG con el método SUR restringido

	Canadá	USA	Europa
Constante	-6.2658 (-5.7)	5.4881 (0.99)	-6.5401 (2.01)
Lnprecio Canadá	-0.0087 (-2.05)	0.6810 (0.8)	-0.9668 (0.22)
Lnprecio USA	-0.4867 (2.56)	-0.3667 (-2.07)	1.44
Lnprecio Europa	0.3581 (1.33)	-0.1958 (-2.89)	0.5584(0.25)
Lnpart Gasto	0.1373 (3.01)	0.1185 (2.38)	0.0715(2.99)
T	-0.015 (2.91)	0.008 (2.057)	0.009 (0.987)
R2	0.52	0.73	0.79

Nota: Estadístico de t en paréntesis. Elaboración propia con resultados del paquete matemático Matlab(2009^a).

Los coeficientes de este modelo presentan los signos esperados de acuerdo a la teoría económica. El coeficiente de la R^2 es relativamente alto para los modelos de Estados Unidos y Europa mientras que para Canadá el valor se ubicó en 0.52. Los coeficientes de medida del cuadro (1) representan los precios relativos efectivos entre los países de entrada. De estos valores se desprende que el coeficiente del precio relativo de USA en la ecuación de Canadá es significativo al 5%, mientras que el de Europa no lo es. El precio relativo de Europa es significativo al 5% pero el precio de Canadá no lo es en la ecuación de Estados Unidos; mientras que ninguno de los coeficientes del precio relativo de USA y de Canadá es significativo en la ecuación de Europa. De acuerdo a los coeficientes de los precios propios con relación a sus respectivas participaciones, se puede apreciar que los valores son negativos y significativos para el caso de Canadá y USA pero para el caso de Europa el coeficiente es positivo y no significativo. Los valores para el coeficiente del ingreso real per cápita del turismo son positivos y significativos para los tres países. La variable de tendencia tiene un efecto pequeño pero es significativa al 5% en los tres países.

La prueba de correlación contemporánea establece que existe evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula con un nivel de significancia del 5%. Esto es, que el sistema de ecuaciones presenta correlación contemporánea y que los estimadores por MCO serán diferentes a los estimadores MCG estimados, por lo tanto, es recomendable el uso del método SUR en la resolución del sistema de demanda en lugar de la estimación uniecuacional.

Cuadro 2. Prueba de correlación contemporánea

lambda = 142.28	Grados de libertad= 3	Valor critico= 9.28
Fuente: Elaborado en base a los resultados del programa Matlab (2009 ^a).		

La prueba de validez de las restricciones del modelo se postula como la validez de la hipótesis nula $H_0 : R\beta = r$ con $\alpha = 5\%$ y los resultados indican que la hipótesis nula no se rechaza indicando que las restricciones en su conjunto, impuestas en el modelo, se cumplen para el sistema de demanda estimada.

Cuadro 3. Prueba de validez de las restricciones

F observado = 4.93	grados de libertad=7	valor chi crítico= 14.067
--------------------	----------------------	---------------------------

Fuente: Elaborado en base a los resultados del programa Matlab (2009^a).

Las pruebas de engel, homogeneidad y reciprocidad del cuadro (4) establecen que no pueden ser rechazadas al 5% de significancia estadística, utilizando el estadístico de ji-cuadrada. Las pruebas anteriores nos indican que el modelo es consistente con los postulados de la teoría de la demanda del consumidor.

Cuadro 4. Prueba para la condición de engel, de homogeneidad y de reciprocidad

Engel	g1 = 1.81	valor F crítico= 3.75
Homogeneidad	g2 = 2.401	valor F crítico= 2.70
Reciprocidad	g3 = 1.715	valor F crítico= 2.73

Fuente: Elaborado en base a los resultados del programa Matlab (2009^a).

Cuadro 5. Elasticidades precio propias, precio-cruzadas y del gasto con modificación al índice Stone en el modelo de sistema de demanda SUR.

Eij	Elasticidad precio-propia de la demanda
Canadá	-0.6556
USA	-0.41
Europa	-0.386
Elasticidad-ingreso de la demanda	
Canadá	0.97
USA	1.67
Europa	1.28

Fuente: Elaborado en base a los resultados del programa Matlab (2009^a).

Respecto a las elasticidades precio directas son todas negativas e inferiores a la unidad. Los resultados señalan que la elasticidad precio-propia de la demanda es más inelástica para USA y menos inelástica para Canadá y Europa. Lo anterior indica que para los turistas de los tres países de origen, un incremento en el índice de precios repercutirá en una disminución de la demanda por visitas a México. Para el caso específico de USA el coeficiente se ubica en el rango inelástico de la elasticidad y permite generar las siguientes reflexiones: una variación (incremento/disminución) en el precio del servicio turístico del 10% implicará una variación (disminución/incremento) del 4.1% en el número de turistas de origen norteamericano hacia México. Con relación a la variable del ingreso personal disponible de los turistas, se encontró una relación directa entre esta variable y la demanda turística, esto es, que cualquier variación en la variable de ingreso generará una variación en el mismo sentido en la variable de la demanda turística. El coeficiente estimado fue de 1.67, lo cual revela una elasticidad-ingreso de la demanda turística elástica, es decir, que un incremento/disminución de un 10% en el ingreso del visitante provocará un incremento/disminución del 16.7% en la demanda turística hacia México, *ceteris paribus*. Estos coeficientes son ligeramente diferentes a los encontrados por Brida, Risso y Sánchez, (2007) en su análisis de una sola ecuación

de demanda turística para visitantes norteamericanos hacia México. Los autores estimaron una elasticidad precio-ingreso de la demanda de 2.09, lo que implica que el servicio del turismo es considerado como un bien de lujo para los turistas norteamericanos. En seguimiento a lo formulado por De Mello (2002) y Divisekera (2003) los coeficientes del sistema de ecuaciones de demanda casi ideal son más robustos que los obtenidos desde el análisis de una sola ecuación.

Bibliografía:

Artus, Jacques, (1972) "An econometric analysis of international travel", International Monetary Fund, staff paper 19, 379-613.

Aslan, Alper, Kula, Ferit y Kaplan, Muhittin, (2009) "International tourism demand for Turkey: A dynamic panel data approach", Research Journal of International Studies. Issue 9, 65-73.

Blake, Adam y Sinclair, Thea, Managing Tourism Shocks, (2002) CGE Analysis of September 11, Ed. Nottingham, UK.

Blaug, Mark, (1985), La metodología de la economía o cómo explican los economistas, Alianza Editorial, Madrid.

Blundell, Richard, Browning, Martin y Meghir, Costas (1994) "Consumer demand and life-cycle allocation of household expenditures", Review of Economic Studies, 61, 57-80.

Brida, Gabriel, Risso, Adrián y Sanchez, Edgar, (2007) "A long-run equilibrium demand function: The Mexican tourism" The Journal of Economics Leisure.

Burton Michael y Young, Trevor, (1992), "The structure of changing preferences tastes for meat and fish in Great Britain", European Review of Agricultural Economics.

Chang, Chia-Lin, Khamkeaw, Thanchanok y Mcleer, Michael, (2010) "Estimating price effects in an almost ideal demand model of outbound Thai tourism to east Asia", Working papers in economics 10/11.

Cortés-Jiménez, Isabel, Durbarry, Ramesh y Pulina, Manuela, (2009) "Estimation of outbound Italian tourism demand: A monthly dynamic EC-LAID model", Tourism Economics.

Divisekera, Sarath, (2003) "A model of demand for international tourism", Annals of Tourism Research.

De Mello, Maria, Pack, Alan y Sinclair, Thea (2002) "A system of equations model of UK tourism demand in neighbouring countries", Applied Economics.

Dwyer, Larry, Rao, Prasad y Forsyth, Peter, (2002) "Destination price competitiveness: Exchange rate changes versus domestic inflation", Journal of Travel Research, 328-336.

Dwyer, Larry y Kim, Chang, (2003) "Destination competitiveness: Models and determinants", Current Issues in Tourism, vol. 6, nº 5.

Eales James y Unnevheler Laurian, (1988) "Demand for beef and chicken products: Separability and structural change", American Journal of Agricultural Economics, 521-532.

Eiiat, Yahir y Einav, Liran, (2003)"The determinants of international tourism: A three dimensional panel data analysis", *Journal of Economic Literature* , 2-24.

Formica, Sandro y Khotari, Tanvy, (2008) "Strategic destination planning: Analyzing the future of tourism", *Journal of Travel Research*, 335-367.

González, Renato y Martínez-Damián Miguel, (2000) "Estimación de elasticidades de la demanda para carne de res, pollo, cerdo y huevo: Una aplicación del sistema de demanda casi ideal", México: COLPOS.

Holt, Mathew y Goodwing, Barry, (1997) "Generalized habit formation in an inverse almost ideal demand system: An application to meat expenditures in the U.S." *Empirical Economics* 22, 293-320.

Johnson, James, Oksanen, Ernest, Veall, Michael y Fretz, Deborah, (1992) "Short-run and long-run elasticities for Canadian consumption of alcoholic beverages: An error-correction mechanism/cointegration approach", *Review of Economics and Statistics*, 64-74.

Johnson, Peter y Ashworth, John, (1990)"Modelling tourism demand: A summary review", *Leisure Studies*, 9, 145-160.

Li, Gang, Song, Hayan y Witt, Stephen, (2004) "Modeling tourism demand: A dynamic linear AIDS approach", *Journal of Travel Research*, 141-150.

Martínez-Damián, Miguel, Salinas Edmar, (2004)"La elasticidad-precio del café mexicano: un modelo para una canasta de bienes, 1969-2000", *Análisis Económico*. Num. 42, vol. XIX, 2004^a.

Martínez-Damián, Miguel y Vargas, José, (2004)"Un sistema de demanda casi ideal (AIDS) aplicado a once frutas en México (1960-1998)", *Revista Fitotecnia Mexicana*, octubre-diciembre , año/vol. 27, número 004, 2004b,

Matrix laboratory (MATLAB), 2009^a, The MathWorks Inc., Natick, MA, 2009a.

Mervar, Andrea y Payne, James, (2007) "An analysis of foreign tourism demand for Croatian destinations: Long run elasticity estimates", *The Institute of Economics*, Zagreb.

Song, Hayan y Witt, Sthepen, (2000) *Tourism demand modeling and forecasting: Modern econometric approaches*, Oxford, Elsevier, 2000.

Song, Hayan y Witt, Stephen, (2003)"Tourism forecasting: The general-to-specific approach", *Journal of Travel Research* , 65-74.

Song, Hayan y Wong, Kevin, (2003) "Tourism demand modelling: Time-varying parameter approach", *Journal of Travel Research* , 57-64.

Webber, Anthony, (2001) "Exchange rate volatility and cointegration in tourism demand", *Journal of Travel Research* , 398-405.

Wijt, Stephen y Wijt, C. (1995) "Forecasting tourism demand: A review of empirical research", *International Journal of Forecasting* , 447-75.

Sadoulet, Elisabeth y De Janvry, Alain, (1995) *Quantitative Development Policy Analysis*, Johns Hopkins University Press, USA.

Sinclair, Thea y Stabler, Mike, (1991), "*The economics of tourism, in C. Cooper (ed.), Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*", 3, London: Belhaven Press.

Wijt, Stephen, Wijt, C. (1995) "*Forecasting Tourism Demand: A Review of Empirical Research*", *International Journal of Forecasting* , 447-75.

i. Organización Mundial de Turismo, (2006), "*Tourism Market Trends*", Annex Tourism, en www.esiweb.org/pdf/montenegro_WTO-Tourism%20Market%20Trends%202006-Europe.pdf, consultado 10 de octubre de 2010.

ii. Organización Mundial de Turismo, (2006), *UNWTO Yearbook of Tourism Statistics*, en <http://pub.unwto.org/epages/Store.sf/?ObjectPath=/Shops/Infoshop/Products/1486/SubProducts/1486-1>, consultado julio de 2010.

iii. SECTUR, S. d. (2009). "Visitantes Internacionales Hacia México", *El Turismo De Internación En México 2001-2005*, en http://datatur.sectur.gob.mx/work/docs/17_turismo_de_in/TurIn05.pdf, consultado el 20 de febrero de 2009. Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos (2010). *Tendencias de la Actividad Turística en México y el Mundo*". *Secretaría de Turismo Federal*, México D.F.

LA INICIATIVA DE REPORTE GLOBAL Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN MÉXICO.

Abraham Espejo Martínez aem@inbox.com Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca
Carmen Eloísa Cruz Robles cecr@inbox.com Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca

RESUMEN

Actualmente un común denominador del aspecto económico es la globalización, la cual pretende generar nuevas oportunidades de negocios y nueva riqueza, esta situación ha generalizado la firma de tratados y acuerdos internacionales permitiendo a las empresas tener presencia a nivel mundial y sujetarse a diversos estándares para estar a la altura de la situación.

Uno de estos estándares son las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, acciones que los gobiernos de países desarrollados incentivan para generar informes empresariales que incluyan información sobre su desempeño social y medioambiental. En este sentido, el instrumento más desarrollado para la presentación de memorias de sostenibilidad lo emite el Global Reporting Initiative y es utilizado por México. Por lo anterior, este trabajo aborda los casos de algunas empresas mexicanas con diez años ininterrumpidos como Empresas Socialmente Responsables y analiza las acciones implementadas que les permiten estar al más alto nivel de RSE.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial RSE, Global Reporting Initiative GRI, Memorias de sostenibilidad, Desempeño social y ambiental.

ABSTRACT

Currently a common denominator is the economic aspect of globalization, which aims to generate new business opportunities and new wealth, this has generalized the signing of treaties and international agreements allowing companies to have global presence and be subject to different standards to be at the height of the situation.

One of these standards are the practices of Corporate Social Responsibility, actions that governments encourage developed countries to generate enterprise reports include information on social and environmental performance. In this sense, the instrument developed for sustainability reporting is issued by the Global Reporting Initiative and is used by Mexico. Therefore, this paper addresses the cases of some Mexican companies with ten consecutive years as socially responsible companies and analyzes the actions implemented that allow them to be at the highest level of CSR.

Keywords: Corporate Social Responsibility CSR Reporting Initiative Global GRI Sustainability reports, social and environmental performance.

DESARROLLO DEL TRABAJO

INTRODUCCIÓN

Actualmente un común denominador en el aspecto económico es la globalización de los mercados que pretenden generar nuevas oportunidades de negocios y por lo tanto nueva riqueza. De ahí que los países hayan generalizado la firma de tratados y acuerdos internacionales que permitan a sus empresas tener presencia a nivel mundial y no ser excluidas de las oportunidades que un mercado global ofrece.

Sin embargo para poder ser incluidos en los mercados globales han tenido que apegarse a diversos estándares como normas de certificación de calidad, cubrir los requisitos para exportar, asumir el compromiso con el medio ambiente, todo con la finalidad de estar a la altura de sus socios comerciales.

Una de las tareas adoptadas por las empresas que pretenden estar a la altura de sus competidores internacionales son las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) las cuales se han desarrollado y establecido a nivel mundial, esto debido a la preocupación de la sociedad por el impacto que tienen las empresas en el medio ambiente, la conciencia ecológica, las desigualdades sociales, el desarrollo sostenible entre otras.

Así tenemos que los gobiernos de los países desarrollados se preocupan cada vez más por incentivar a las empresas para que generen informes que además de reportar el estado económico incluyan información sobre su desempeño social y medioambiental.

Por lo anterior se ha tratado de definir e implantar diversos tipos de recopilaciones, recomendaciones, modelos, guías y principios de desempeño encaminados a la medición e informe de los resultados económicos, sociales y ambientales.

Actualmente, el instrumento más desarrollado para la presentación de memorias de sostenibilidad es el proporcionado por el Global Reporting Initiative (GRI)¹⁸³.

El GRI es una organización independiente con sede en Amsterdam que cuenta con la participación activa de representantes de organizaciones de derechos humanos, derechos laborales, investigación, medioambientales, corporaciones, inversionistas y organizaciones contables de todo el mundo; entre las empresas se mencionan BASF, General Motors o Shell; instituciones académicas, como la universidad de Harvard, y organizaciones sociales, como Amnistía Internacional.

Las guías propuestas por el GRI para la presentación de las memorias de sostenibilidad pueden ser utilizadas por cualquier empresa en el mundo, cualesquiera que sean las características de la misma y el sector o industria a la que pertenezca. El uso de ellas no sustituye la elaboración de otros informes que sean exigidos por la ley de algún país determinado o cualquiera que determine el marco regulatorio del mismo.

La guía GRI constituye un soporte que le permite a las empresas, en términos de sostenibilidad, hablar un mismo idioma y constituirse en un marco de referencia y comparación para las empresas dentro de un sector Trujillo (2006).

¹⁸³ La guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad se puede consultar en <http://www.globalreporting.org>

Actualmente en México se ha adoptado el criterio de reportar los aspectos relacionados con la RSE mediante la elaboración de Memorias de Sostenibilidad establecidas por el GRI.

MARCO TEÓRICO

La experiencia mexicana de la RSE se vincula de manera fundamental con el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)¹⁸⁴ quien desde el año 2001 entrega dos tipos de reconocimientos a las empresas.

El primero de ellos es conocido como "Distintivo ESR", el cual certifica a la empresa ante empleados, inversionistas, clientes, autoridades y sociedad en general, por asumir voluntaria y públicamente el compromiso de una gestión socialmente responsable como parte de su cultura y estrategia de negocio, y sustentar el cumplimiento de los estándares propuestos para los siguientes ámbitos de la responsabilidad social empresarial:

- Calidad de vida en la empresa.
- Ética empresarial.
- Vinculación de la empresa con la comunidad.
- Cuidado y preservación del medio ambiente" (CEMEFI, 2008: 1).

Dicho premio se entrega en tres categorías:

- Empresas privadas.
- Sector público.
- PYMES y cadena de valor.

Aquellas empresas acreditadas con el distintivo, reciben un diploma, una carta de autorización para hacer uso del distintivo ESR durante un año, una escultura nombrada "Escultura Empresa Socialmente Responsable", así como un manual para la utilización del distintivo ESR.

El otro reconocimiento se entrega por las Mejores Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. El cual tiene como objetivo "reconocer públicamente a las empresas con prácticas ejemplares de Responsabilidad Social Empresarial, que demuestren al mismo tiempo aportar éxito al negocio y tener un impacto positivo en la sociedad al promover y estimular a otras empresas a adoptarlas como parte de su estrategia hacia la excelencia" (CEMEFI, 2008: 1).

Pueden participar empresas públicas o privadas de cualquier sector, que lleven al menos dos años en operación; existiendo cinco áreas de reconocimiento:

- Calidad de vida en la empresa
- Cuidado y preservación del medio ambiente
- Vinculación e involucramiento de la empresa con la comunidad
- Gestión ética de la empresa
- Aplicación de la responsabilidad social empresarial en la cadena de valor (PYMES)
- Promoción de consumo responsable.

¹⁸⁴ Para mayor información consultar la página de internet <http://www.cemefi.org>

Durante el año 2010 fue la décima ocasión en que el CEMEFI entregó el distintivo como ESR y a diferencia del primer año en que solo fue entregado a 17 empresas, en esta ocasión se entregó a 494¹⁸⁵, de las cuales 156 fueron PyMES y 10 lo obtuvieron por décima ocasión¹⁸⁶, las cuales se encuentran registradas en la siguiente tabla.

Tabla 1. 10 empresas socialmente responsables por 10ª ocasión

Lugar	ESR's por 10º año consecutivo
1	BBVA Bancomer
2	Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza
3	Grupo Bimbo
4	Hewlett Packard México
5	Holcim Apasco
6	SC Johnson and Son
7	Shell México
8	The Coca-Cola Export Corporation, Sucursal en México
9	Wal-Mart de México Nueva Wal-Mart de México Suburbia Operadora Vips Banco Wal-Mart Adelante - Institución de Banca Múltiple
10	Zimat Consultores

Fuente: Elaboración propia con datos del Cemefi.

Como se dijo anteriormente uno de los principales estándares internacionales reconocido sobre RSE es el GRI¹⁸⁷.

Esta metodología es utilizada para la elaboración de reportes de sustentabilidad, su uso es voluntario por parte de las organizaciones a fin de difundir el impacto de sus actividades.

Los indicadores que maneja son amplios y cubren los asuntos tales como el impacto económico, el consumo de recursos naturales, el impacto sobre la biodiversidad y la tierra fértil, así como el adiestramiento, la educación y el trabajo infantil. Es el estándar internacional de balance social más utilizado y de mayor aceptación por la incorporación de información que no son considerados en otros reportes, como es lo relacionado con los empleados, la comunidad, los proveedores, entre otros (Canessa y García, 2005).

Los contenidos básicos que han de incluirse en las memorias de sostenibilidad y que resulta relevante para la mayoría de las organizaciones y grupos de interés se ubican en los tipos de información siguiente:

Perfil: Información que define el contexto general y permite comprender el desempeño de la organización, entre otros a través de su estrategia, su perfil y sus prácticas de gobierno corporativo.

Enfoque de la dirección: información sobre el estilo de gestión a través del cual una organización aborda aspectos específicos y describe el contexto que permite comprender su comportamiento en un área concreta.

Indicadores de desempeño: indicadores que permiten disponer de información comparable respecto al desempeño económico, ambiental y social de la organización.

De igual forma se establecen principios que permiten definir la calidad de la memoria y estos son:

¹⁸⁵ El cuadro completo se muestra en el Anexo 1

¹⁸⁶ De acuerdo a datos publicados por el CEMEFI.

¹⁸⁷ Para mayor información consultar <http://www.globalreporting.org/home/languagebar/spanishpage.htm>

EQUILIBRIO: La memoria deberá reflejar los aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización para permitir una valoración razonable del desempeño general.

COMPARABILIDAD: Se deben seleccionar, recopilar y divulgar los aspectos y la información de forma consistente. La información divulgada se debe presentar de modo que permita que los grupos de interés analicen los cambios experimentados por la organización con el paso del tiempo, así como con respecto a otras organizaciones.

PRECISIÓN: La información que contiene la memoria debe ser precisa y suficientemente detallada como para que los diferentes grupos de interés de la organización puedan valorar el desempeño de la organización informante.

PERIODICIDAD: La información se presentará a tiempo y siguiendo un calendario periódico de forma que los grupos de interés puedan tomar decisiones con la información adecuada.

CLARIDAD: La información debe exponerse de una manera comprensible y accesible para los grupos de interés que vayan a hacer uso de la memoria.

FIABILIDAD: La información y los procedimientos seguidos en la preparación de una memoria deberán ser recopilados, registrados, compilados, analizados y presentados de forma que puedan ser sujetos a examen y que establezcan la calidad y la materialidad de la información.

En el contenido básico que debe figurar en una memoria de sostenibilidad existen tres tipos distintos de información:

Estrategia y perfil: información que establece el contexto general para comprender el desempeño de la organización, tales como su estrategia, su perfil y su gobierno.

Enfoque de la dirección: información que incluye cómo la organización aborda un determinado conjunto de aspectos para proporcionar contexto y para la comprensión del desempeño en un área concreta.

Indicadores de desempeño: Indicadores que facilitan la comparabilidad de la información sobre el desempeño económico, medioambiental y social de una organización.

En este trabajo se abordarán los casos de algunas empresas mexicanas las cuales tiene en común haber implementado la metodología GRI en su versión G3 para la emisión de sus reportes de RSE, tener diez años ininterrumpidos como ESR's al tiempo que se analizan las acciones que han implementado para estar en el más alto nivel respecto de la RSE en términos del organismo regulador a nivel nacional que es el CEMEFI.

MÉTODO

Para determinar la muestra se tomó como universo a las diez empresas que durante la décima entrega del distintivo ESR por parte del CEMEFI obtuvieron por décima ocasión tal reconocimiento. De ese universo se seleccionó a cuatro, la primera dedicada a los servicios financieros, la segunda cuyo campo de acción es la elaboración de alimentos, la tercera dedicada a la industria refresquera y la última relacionada con los mercados de autoservicio. Los datos generales de cada empresa se detallan a continuación:

BBVA Bancomer es una entidad bancaria fundada en México en 1932 que junto con otras siete subsidiarias, y gracias a sus más de 15 millones de clientes, conforman la institución financiera privada líder en México, el Grupo Financiero BBVA Bancomer (GFBB).

Grupo Bimbo S.A.B. de C.V. es la empresa líder de panificación a nivel mundial, produce más de 7,000 productos bajo más de 150 marcas reconocidas en categorías como pan de caja, bollos, galletas,

pasteles, pan dulce, English muffins, bagels, alimentos empacados, tortillas, botanas saladas y confitería.

Coca-Cola de México con cerca de 50 marcas y más de 200 productos en el portafolio de bebidas, 13 Grupos Embotelladores, compañías mexicanas e independientes, que los producen y distribuyen, opera a través de: 56 plantas embotelladoras, 368 centros de distribución, más de 25,300 vehículos de distribución, fleteo y operación y más de 10,300 rutas de reparto.

Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V., con acciones que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, es una de las cadenas comerciales más importantes de la República Mexicana. Opera 1,472 unidades comerciales —incluyendo tiendas de autoservicio, clubes de precios con membresía, tiendas de ropa y restaurantes— así como 190 sucursales bancarias, con presencia en 265 ciudades de las 32 entidades de nuestro país. Asimismo, cuenta con 13 centros de distribución (CEDIS).

La obtención de los datos se realizó a través de internet en las páginas de las empresas sujetas a estudio mediante los Informes Anuales de Responsabilidad Corporativa correspondientes al ejercicio 2009, debido a que son éstos los que sirvieron de base al CEMEFI para dar la distinción.

Para el análisis se realizó un estudio exploratorio descriptivo, basado en métodos cualitativos, los resultados obtenidos son de tipo descriptivo cualitativo debido a que los investigadores solo registran los resultados obtenidos mediante el método de estudio de acuerdo a lo establecido por el GRI de tal forma que se pudieran relacionar y homogenizar.

RESULTADOS

Del análisis realizado a la información reportada por las empresas: BBVA Bancomer¹⁸⁸, Grupo Bimbo¹⁸⁹, Coca Cola¹⁹⁰ y Walmart México¹⁹¹ se obtuvieron los resultados siguientes:

En lo referente al perfil de la organización solo Coca cola no presenta los datos correspondientes al punto 1.2 principales impactos, riesgos y oportunidades.

Tabla 2. Comparativo 1. Estrategias y análisis					
Indicador/Empresa	BBVA	Bimbo	Coca cola	Walmart	
Declaración del máximo responsable	1.1	x	x	x	x
Principales impactos, riesgos y oportunidades	1.2	x	x		x

Fuente: Elaboración propia con datos de Informes Anuales de Responsabilidad Corporativa

Tabla 3. Comparativo 2. Perfil de la organización					
Indicador/Empresa	BBVA	Bimbo	Coca cola	Walmart	
Nombre de la organización.	2.1	x	x	x	x
Principales marcas, productos y/o servicios.	2.2	x	x	x	x
Estructura operativa de la organización	2.3	x	x	x	x
Localización de la sede principal	2.4	x	x	x	x
Número de países en los que opera	2.5	x	x	x	x

¹⁸⁸ Fuente BBVA Bancomer Informe Anual 2009 Responsabilidad Corporativa. <http://www.bancomer.com>

¹⁸⁹ Fuente: Grupo Bimbo Informe de Responsabilidad Social 2009. <http://www.grupobimbo.com.mx>

¹⁹⁰ Fuente: Coca Cola Informe de sustentabilidad 2009. <http://www.coca-cola.com.mx>

¹⁹¹ Fuente: Walmart Informe de Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable 2009. <http://www.walmartmexico.com.mx>

Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	2.6	x	x	x	x
Mercados servidos	2.7	x	x	x	x
Dimensiones de la organización	2.8	x	x	x	x
Cambios significativos durante el periodo	2.9	x	x	x	x
Premios y distinciones recibidos durante el periodo	2.10	x	x	x	x

Fuente: Elaboración propia con datos de Informes Anuales de Responsabilidad Corporativa

En el punto 3, parámetros de la memoria solo Coca cola omite los puntos 3.9 técnicas de medición de datos y 3.11 cambios significativos en periodos anteriores.

Tabla 4. Comparativo 3. Parámetros de la memoria					
Perfil de la memoria					
Indicador/Empresa	BBVA	Bimbo	Coca cola	Walmart	
Periodo cubierto por la información contenida	3.1	x	x	x	x
Fecha de la memoria anterior más reciente	3.2	x	x	x	x
Ciclo de presentación de memorias	3.3	x	x	x	x
Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria	3.4	x	x	x	x
Alcance y cobertura					
Proceso de definición del contenido de la memoria	3.5	x	x	x	x
Cobertura de la memoria	3.6	x	x	x	x
Limitaciones del alcance o cobertura de la memoria	3.7	x	x	x	x
La base para incluir información de negocios conjuntos	3.8	N/A	x	x	x
Técnicas de medición de datos	3.9	x	x		x
Efecto de la reexpresión de información de memorias anteriores	3.10	x	x	x	x
Cambios significativos periodos anteriores	3.11	x	x		x
Índice de contenido del GRI					
Tabla de localización de los Contenidos básicos en la memoria	3.12	x	x	x	x
Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria	3.13	x	x	x	x

Fuente: Elaboración propia con datos de Informes Anuales de Responsabilidad Corporativa

En el punto 4 Gobierno, compromiso y participación de los grupos de interés todos los reportes revisados incluyen la información correspondiente de manera completa.

Tabla 5. Comparativo 4. Gobierno, compromiso y participación de los grupos de interés					
Gobierno					
Indicador/Empresa	BBVA	Bimbo	Coca cola	Walmart	
Estructura de gobierno de la organización	4.1	x	x	x	x
El presidente ocupa también un cargo ejecutivo	4.2	x	x	x	x
miembros del máximo órgano de gobierno independientes	4.3	x	x	x	x
Comunicación con el máximo órgano de gobierno.	4.4	x	x	x	x
Retribución órgano de gobierno y desempeño	4.5	x	x	x	x
Procedimientos para evitar conflictos en el órgano de gobierno.	4.6	x	x	x	x
Procedimientos para capacitación del órgano de gobierno.	4.7	x	x	x	x
Declaraciones de misión y valores	4.8	x	x	x	x
Procedimiento para supervisar la identificación y gestión del Órgano de Gobierno	4.9	x	x	x	x
Procedimiento para evaluar al Órgano de Gobierno	4.10	x	x	x	x
Compromisos con iniciativas externas					
Adopción del principio de precaución	4.11	x	x	x	x
programas sociales, ambientales y económicos externos	4.12	x	x	x	x
Principales asociaciones a las que pertenezca	4.13	x	x	x	x
Relación de grupos de interés	4.14	x	x	x	x
Identificación y selección de grupos de interés	4.15	x	x	x	x
Enfoques para la inclusión de grupos de interés	4.16	x	x	x	x
Principales preocupaciones surgidas de los grupos de interés	4.17	x	x	x	x

Fuente: Elaboración propia con datos de Informes Anuales de Responsabilidad Corporativa

Indicadores de desempeño:

En lo referente al desempeño económico los datos presentados en los reportes son inconsistentes entre los sujetos de estudio ya que de los ocho indicadores a evaluar coca cola solo cumple con uno relacionado con aspectos indirectos, Walmart y Bimbo presentan tres y Bancomer es el que más ostenta con seis.

Tabla 6. Comparativo Económico					
	Indicador/Empresa	BBVA	Bimbo	Coca cola	Walmart
Desempeño	EC1	x			
	EC2	x			
	EC3	x			x
	EC4				
Presencia	EC5		x		x
	EC6	x	x		
	EC7	x	x		x
Indirectos	EC8	x		x	

Fuente: Elaboración propia con datos de Informes Anuales de Responsabilidad Corporativa

En el aspecto ambiental el número de indicadores es de treinta de los cuales walmart no presenta ninguno, Coca cola presenta seis, Bimbo informa seis y BBVA es quien más reporta con dieciséis.

Tabla 7. Comparativo Ambiental					
	Indicador/Empresa	BBVA	Bimbo	Coca cola	Walmart
Materiales	EN1	x			
	EN2	x		x	
Energía	EN3	x	x		
	EN4	x	x		
	EN5	x		x	
	EN6	x		x	
	EN7	x			
Agua	EN8	x	x		
	EN9				
	EN10		x	x	
Biodiversidad	EN11				
	EN12				
	EN13		x		
	EN14				
	EN15				
Emisiones residuos	EN16	x			
	EN17	x			
	EN18	x	x	x	
	EN19				
	EN20				
	EN21		x		
	EN22	x	x		
	EN23				
EN24					

	EN25				
Productos servicios	EN26	x	x	x	
	EN27				
Normatividad	EN28	x			
Transporte	EN29	x	x		
General	EN30	x			

Fuente: Elaboración propia con datos de Informes Anuales de Responsabilidad Corporativa

En lo referente a las prácticas laborales los indicadores a evaluar son catorce de los cuales Coca cola presenta cuatro, Bimbo nueve, Walmart once y Bancomer nuevamente es quien más reporta con doce.

Tabla 8. Comparativo Prácticas laborales					
	Indicador/Empresa	BBVA	Bimbo	Coca cola	Walmart
Empleo	LA1	x	x	x	x
	LA2	x	x		
	LA3			x	x
Empresa trabajadores	LA4	x	x		
	LA5	x			
Salud y seguridad	LA6		x		x
	LA7	x	x		x
	LA8	x	x		x
	LA9	x			x
Formación y educación	LA10	x	x	x	x
	LA11	x	x	x	x
	LA12	x			x
Diversidad e igualdad	LA13	x			x
	LA14	x	x		x

Fuente: Elaboración propia con datos de Informes Anuales de Responsabilidad Corporativa

Con respecto a los derechos humanos tenemos nueve indicadores de los cuales Bimbo y Coca cola presentan dos, Walmart cinco y Bancomer siete.

Tabla 9. Comparativo Derechos humanos					
	Indicador/Empresa	BBVA	Bimbo	Coca cola	Walmart
Inversión abastecimiento	HR1	x			
	HR2	x			
	HR3	x	x	x	x
No discriminación	HR4	x		x	x
Asociación convenios colectivos	HR5	x	x		
Explotación infantil	HR6				x
Trabajos forzados	HR7				x

Pácticas de seguridad	HR8	x			x
Derechos indígenas	HR9	x			

Fuente: Elaboración propia con datos de Informes Anuales de Responsabilidad Corporativa

En el rubro sociedad son ocho los indicadores y de estos Bancomer es quien más reporta con siete, las otras tres empresas solo presentan uno.

Tabla 10. Comparativo Sociedad					
	Indicador/Empresa	BBVA	Bimbo	Coca cola	Walmart
Comunidad	SO1	x	x	x	
Corrupción	SO2	x			
	SO3	x			x
	SO4	x			
Política pública	SO5	x			
	SO6				
comportamiento competencia desleal	SO7	x			
	SO8	x			

Fuente: Elaboración propia con datos de Informes Anuales de Responsabilidad Corporativa

Finalmente en lo referente a la responsabilidad sobre productos de nueve indicadores Bancomer presenta seis, Bimbo y Coca cola presentan tres y Walmart ninguno.

Tabla 11. Comparativo Responsabilidad sobre productos					
	Indicador/Empresa	BBVA	Bimbo	Coca cola	Walmart
Salud y seguridad del cliente	PR1	x	x	x	
	PR2				
Etiquetado de productos y servicios	PR3	x	x	x	
	PR4	x			
	PR5	x			
Comunicaciones de marketing	PR6	x	x	x	
	PR7				
Privacidad del cliente	PR8				
Cumplimiento normativo	PR9	x			

Fuente: Elaboración propia con datos de Informes Anuales de Responsabilidad Corporativa

CONCLUSIONES

En los últimos tiempos gracias a que muchas de las grandes empresas establecidas en el país tienen sus orígenes en el extranjero la RSE empieza a ser una constante para abordar temas referentes al impacto de sus actividades con la sociedad y el medio ambiente.

Los negocios y las empresas transnacionales, tienen la necesidad de desarrollar ventajas competitivas, basadas en la conciencia ecológica y la preocupación por las desigualdades sociales y presentar información clara respecto de su desempeño en estos aspectos.

Los grupos de interés de las grandes empresas están creando la necesidad de estandarizar la forma en que se deben presentar los informes del desempeño económico, ambiental y social.

Una de las iniciativas más desarrollada en la actualidad para la presentación de memorias de sostenibilidad es el desarrollado por el GRI en su versión G3, en este sentido, el propio grupo se encuentra evaluando a nivel mundial la nueva versión G4 con lo que se pretende, de acuerdo a los resultados que se obtengan, elaborar una mejor herramienta para realizar los reportes de RSE a nivel mundial.

Del análisis realizado en el presente estudio a las empresas mexicanas los resultados obtenidos muestran una perspectiva poco halagadora debido a que son pocas las que publican sus resultados a través de internet, aun cuando una de las prioridades a nivel mundial es la publicación digital debido el alcance que tiene.

El presente trabajo confirma que la RSE puede ser una herramienta para engrandecer a la empresa, a través de sus acciones a favor de la economía, del medio ambiente y de la sociedad en donde se encuentran inmersas.

Finalmente, la RSE y la forma en que se hace pública tiene todavía un gran camino que recorrer y muchas herramientas que construir para unificar criterios que permitan establecer un estándar aplicable en términos generales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BBVA Bancomer Informe Anual 2009 Responsabilidad Corporativa. <http://www.bancomer.com>

Canessa Giuliana y Emilio García (2005). El ABC de la Responsabilidad social empresarial en el Perú y en el Mundo. Perú2021, Perú.

CEMEFI (2009), "Convocatoria Distintivo ESR novena edición", en [http://www.cemefi.org/esr/pdf/DISTINTIVO%20ESR/CONVOCATORIA DISTINTIVO 2009.pdf](http://www.cemefi.org/esr/pdf/DISTINTIVO%20ESR/CONVOCATORIA%20DISTINTIVO%202009.pdf)

Coca Cola Informe de sustentabilidad 2009. <http://www.coca-cola.com.mx>

Grupo Bimbo Informe de Responsabilidad Social 2009. <http://www.grupobimbo.com.mx>

Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad, Versión G3, (2006) Global Reporting Initiative, Amsterdam, Holanda.

Pérez Chavarría, Mariela, (2007) La responsabilidad social corporativa en México: ¿Ser o parecer? Análisis de la comunicación en 25 empresas del país, Revista Ganar Ganar, Editorial ACCSE FM, México.

Trujillo Dávila, M., Trujillo Dávila, M., & Guzmán Vásquez, A. (2006). Responsabilidad social empresarial y global reporting initiative. *Universidad & Empresa*, 351-369.

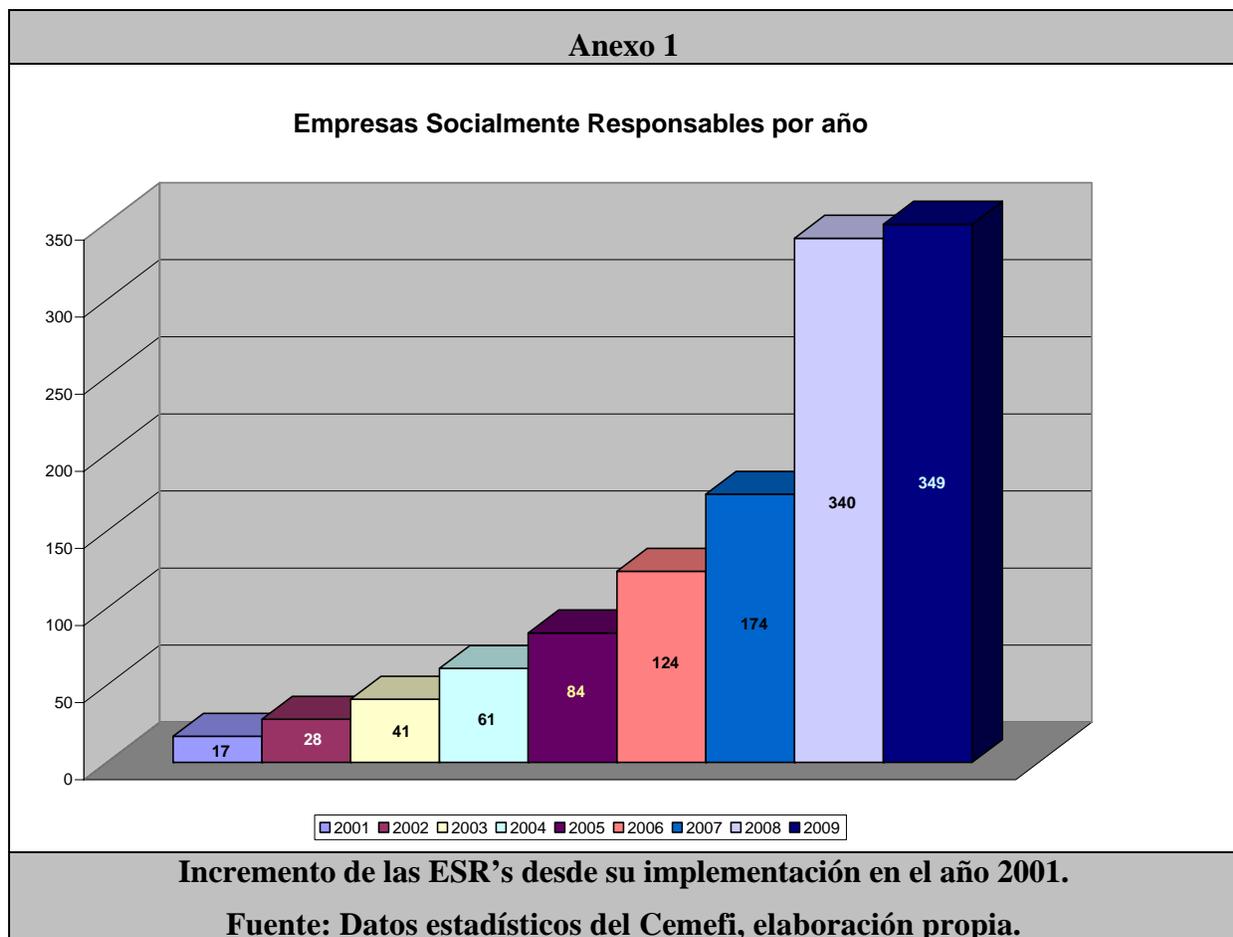
Walmart Informe de Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable 2009.

<http://www.walmartmexico.com.mx>

<http://www.cemefi.org>

<http://www.globalreporting.org/home/languagebar/spanishpage.htm>

ANEXOS



UTILIZACIÓN DEL DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO PARA EL DISEÑO Y LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO DE LECHE ORGÁNICA Y ELABORACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN COALCOMÁN, MICHOACÁN

Crispín Gabriel Rico Mora gabriel.pfira@gmail.com
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen: Este trabajo es un proyecto en el que utilizó el Diagnóstico Estratégico como herramienta fundamental para la planeación del futuro de una empresa que da valor agregado a la producción primaria de sus socios, utilizando sus fortalezas para aprovechar las oportunidades que su entorno les presenta.

Las empresas de los pequeños productores de lechería familiar, pueden ser rentables y competitivas, si se trabaja adecuadamente en los aspectos de organización, transferencia de tecnología, financiamiento y en la consolidación de grupos para la producción, transformación y comercialización de la leche en productos que agreguen valor a su producción primaria, generando y poniendo en operación la agroindustria regional

En la población de Coalcomán, Michoacán, se ha instalado un centro de acopio de leche, en el que será depositada la producción de los quince socios que conforman la SPR de RI LADECOL, aprovechando la ventaja que les ha proporcionado la certificación internacional como zona que puede vender sus productos agropecuarios como “Agricultura Orgánica de la Sierra Costa

Como resultado del ejercicio de Planeación Estratégica, se concluyó que para la implementación de este proyecto se requería una inversión fija para la adquisición de un tanque enfriador para la recepción en planta, en donde la producción de una semana se mantendría en condiciones favorables, para proceder de acuerdo a las condiciones de mercado, a la elaboración de queso tipo Cotija.

Para obtención de los recursos financieros necesarios para la realización de este proyecto, se hicieron los trámites necesarios ante el programa “Alianza para el Campo”, que conjunta recursos tanto federales como estatales para el apoyo al financiamiento de proyectos productivos en las regiones rurales, la cual ascendió a la cantidad de 1' 158,801.00 pesos.

Palabras clave: Diagnóstico Estratégico, Producción Primaria, Queso Tipo Cotija.

Abstract

This work is a project that used the strategic diagnosis as a fundamental tool for the planning of the future of a company that gives added value to primary production of its partners, using their strengths to take advantage of the opportunities that their environment presents them.

The companies in the small family dairy producers can be profitable and competitive, if they work properly in the aspects of organization, technology transfer, financing and the consolidation of groups for the production, processing and marketing of milk products that add value to their primary production, generating and putting into operation regional agro-industry.

In the town of Coalcomán, Michoacan, has been installed a collection center of milk, which will be deposited with the production of fifteen members of the SPR de RI LADECOL, taking advantage that has provided the international certification as an area that can sell their agricultural products as

"Organic Farming of the Coast Mountains" as result of the office of strategic planning, it was concluded that the implementation of this project required an investment for the acquisition of a cooling tank for reception in plant, where production of one week would be kept under favourable conditions, to proceed according to market conditions", the development of type Cotija cheese.

To obtain the necessary financial resources for the implementation of this project, they made the necessary procedures before the program "Alliance for del Campo", which together resources both Federal and State support for the financing of productive projects in rural areas, which amounted to.

Key words: Diagnosis strategic, primary production, Cotija cheese type

Desarrollo del trabajo.

Introducción.

La ganadería bovina es la actividad que genera más empleos permanentes en el sector agropecuario del estado de Michoacán, generando más de 100,000 empleos fijos lo que equivale al 8.6% de la PEA de todo el estado, o al 37.3% de toda la PEA del sector primario. (Sánchez Rodríguez y Sánchez Valdés, 2005. Pág. 1)

La población de ganado bovino en la entidad de acuerdo a la SAGARPA se estima en 2'156,388 para 2009, las cuales están distribuidas en todas sus regiones y representa el 6% del inventario ganadero nacional.

La crisis del campo mexicano se ha agudizado con el proceso de globalización en que se encuentra inmersa la economía mundial y la ganadería lechera constituye una de las actividades más severamente afectadas, ya que conlleva un aumento en las importaciones de lácteos, y como consecuencia una disminución en el precio interno pagado al productor, afectando seriamente la permanencia en el mercado a miles de productores, principalmente a los más pequeños.

En el entorno global, hoy día los productores rurales compiten con productores de otros países que cuentan con mejor tecnología para *producir, procesar, distribuir y comercializar* sus productos.

En la región Sierra Costa, en las últimas cuatro décadas se ha tenido un importante desarrollo de la actividad pecuaria, principalmente en la explotación de bovinos de doble propósito, y como resultado de esto, un grupo de ganaderos del municipio de Coalcomán conscientes de sus limitaciones y a la vez de las oportunidades que tienen en este momento, han decidido organizarse constituyéndose como SPR de RI, con la finalidad de dirigir sus esfuerzos hacia la mejor comercialización de sus productos pecuarios.

Dentro de estas oportunidades, han aprovechado que la Región Sierra Costa del estado de Michoacán ha recibido la certificación por parte de Bioagricert México para que puedan comercializar sus productos como "Agricultura Orgánica de la Costa Sierra" dado que todas sus producciones están conformes con los estándares internacionales de la agricultura orgánica.

El grupo de productores de leche que se ha aglutinado bajo la SPR de RI "LADECOL", ha decidido establecer un centro de acopio de leche en la ciudad de Coalcomán, Michoacán mediante la adquisición de un tanque enfriador con una capacidad de 10,000 litros y la realización de algunas remodelaciones a sus instalaciones para hacerlas más eficientes.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.

El grupo de quince productores de leche que se han organizado bajo el sello de LADECOL, a pesar de tener una organización sólida configurada en una SPR de RI, conocimiento de las técnicas para la elaboración de queso tipo Cotija, oportunidades de mercado para comercializar exitosamente su producción, carecen de los recursos económicos que les permita construir la infraestructura y adquirir el equipo necesarios que les permita aprovechar las ventajas comparativas que tienen con respecto a los otros productores de esta región del estado, ya que con la con la certificación internacional para etiquetar como orgánicos sus productos, y poder de esta manera comercializarlos de manera más ventajosa para ellos, mediante la posibilidad de establecer un centro de acopio de su producción lechera que en la actualidad asciende a más de un millón de litros de leche fluida al año, y transformarla en queso tipo Cotija, garantizando de de esta manera una producción constante durante el año.

HIPÓTESIS.

Las empresas de los pequeños productores de lechería familiar, pueden ser rentables y competitivas, si se trabaja adecuadamente en los aspectos de organización, transferencia de tecnología, financiamiento y en la consolidación de grupos para la producción, transformación y comercialización de la leche en productos que agreguen valor a su producción primaria, generando y poniendo en operación la agroindustria regional.

OBJETIVOS

El grupo de productores de leche que se ha aglutinado bajo la SPR de RI “LADECOL”, ha decidido establecer un centro de acopio de leche en la ciudad de Coalcomán, Michoacán mediante la adquisición de un tanque enfriador con una capacidad de 10,000 litros y la realización de algunas remodelaciones a sus instalaciones para hacerlas más eficientes.

Este objetivo corresponde a una serie de mecanismos que en el corto plazo produzcan un reforzamiento del interés de los socios para que continúen produciendo leche de bovino, ya que con el establecimiento de este centro de acopio se procedería a la transformación de su producción primaria en queso tipo Cotija, logrando una comercialización más ventajosa para ellos buscando una recuperación económica a corto plazo, para que la derrama económica se realice en tiempo y forma en toda la cadena productiva regional, evitando de esta manera que los productores se descapitalicen y abandonen las prácticas productivas agropecuarias.

Objetivo General: El objetivo principal es garantizar una retribución económica adecuada a los productores de leche orgánica de la SPR de RI LADECOL y por consiguiente de la región mediante la consolidación de un centro de acopio de leche fluida, elaboración de queso tipo Cotija con ella y comercialización del mismo.

Objetivos específicos

- Establecimiento de un centro de acopio de leche orgánica del grupo, mediante el acondicionamiento y equipamiento del mismo para producir queso tipo Cotija.
- Mejorar el ingreso de las familias de los socios del grupo, y de la sociedad en general.
- Fortalecer la capacidad de la organización, gestionando los apoyos necesarios ante las instancias gubernamentales y privadas para hacer rentable el proyecto comercial y brindar utilidades a los socios.

Metas:

- Rehabilitación de la infraestructura y equipamiento de un centro de acopio de la producción lechera de los socios del grupo con la adquisición e instalación de un tanque enfriador de 10,000 litros.
- En el primer año de operación de este proyecto son la colocación en el mercado de 75,000 kilogramos de queso tipo Cotija mediante la transformación de 750,000 litros de leche.
- Crear siete empleos directos que son los que se requieren para la implementación del proyecto y reforzar los indirectos de la cadena productiva regional, además de estimular económicamente a los productores y demás eslabones de la misma cadena.

ANÁLISIS ESTRATÉGICO.

Dado que el diagnóstico que se realice en una empresa debe suministrar a los empresarios y directivos la información y los análisis que necesitan para plantear, desde el punto de vista estratégico, cual debe ser el futuro de la empresa a corto y mediano plazo. **(González Santoyo F., Brunet I Icart., Chagolla Farias M., Beatriz Flores B. 2003. Pág. 7)**

Mediante una tormenta de ideas con los productores, se analizaron los puntos Fuertes y Débiles de la Organización, con los cuales se pudieron encontrar algunas ventajas competitivas. De la misma manera se analizaron los Oportunidades y Amenazas de la sociedad.

La matriz de evaluación de Factores Externos permite a los estrategas resumir, evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, tecnológica y competitiva **(Alfaro Calderón. 2001 Pág. 22)**

Cuadro N° 1 Matriz de Evaluación de Factores Externos

	Factores determinantes del éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
	OPORTUNIDADES			
1	La región en donde se localiza el municipio de Coalcomán se ha certificado a nivel internacional como zona de producción orgánica.	0.1	4	0.4
2	Ser la primera empresa acopiadora de leche orgánica de la región	0.1	4	0.4
3	Crecimiento del mercado de productos orgánicos en el país	0.1	3	0.3
4	Existencia de instancias gubernamentales para la obtención de apoyos para la inversión y capacitación	0.1	4	0.4
5	Servicios de salud institucionales en el municipio	0.05	2	0.1
6	El regreso de los migrantes en las vacaciones	0.04	2	0.08
7	Escolaridad mediana en los habitantes del municipio	0.02	1	0.02
	AMENAZAS			
1	Presencia de enfermedades emergentes en la población animal	0.1	4	0.4
2	Incremento en el costo de los insumos para la producción	0.1	3	0.3
3	Aprobación de la NOM que obliga a la pasteurización de la leche	0.1	1	0.1
4	Competencia en el mercado de productos sustitutos	0.05	2	0.1
5	Cambio en las preferencias de los consumidores	0.02	2	0.04
6	Cambio en las políticas estatales hacia las regiones rurales	0.04	2	0.08
7	Emigración de los jóvenes	0.02	1	0.02
8	Inseguridad en la región por el crimen organizado	0.04	1	0.04
9	Disminución del poder de compra por inflación.	0.02	1	0.02
	Total	1		2.80

La Matriz de Evaluación de los Factores Internos es el resultado de una auditoría interna de la empresa y requiere que se reúna y asimile información sobre las operaciones de administración, marketing, finanzas, contabilidad, producción, investigación y desarrollo y sistemas de información.(Ídem)

Cuadro N° 2 Matriz de Evaluación de Factores Internos

	Factores determinantes del éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
	FORTALEZAS			
1	Organización de los productores en una SPR	0.07	4	0.28
2	En los municipios de Coalcomán y Chinicuilá se concentra una población bovina de aproximadamente 94 000 cabezas, siendo la mitad vientres, con una producción lechera de 10 litros diarios	0.05	3	0.15
3	Se cuenta con instalaciones propias y equipo adecuado para la producción de derivados lácteos	0.08	4	0.32
4	Por las características del clima, es posible ampliar la frontera productiva de zonas de producción de forraje para el ganado en terrenos de temporal, mejorando la alimentación del mismo y aumentan la carga animal.	0.05	3	0.15
5	Disponibilidad de servicios como son la energía eléctrica, agua potable y vías de comunicación accesibles durante todo el año	0.05	4	0.2
6	Se cuenta con sistema contable	0.07	3	0.21
7	Se realiza investigación de mercados	0.07	3	0.21
8	Se tiene controlado todo el proceso productivo	0.06	4	0.24
9	La planta tiene una capacidad de producción muy grande	0.05	3	0.15
10	La calidad de los productos es muy alta de acuerdo a los estándares del queso tipo Cotija	0.06	3	0.18
	DEBILIDADES			
1	Falta de recursos económicos suficientes para realizar inversiones	0.08	4	0.32
2	Alto grado de marginación en las localidades rurales en donde viven los socios de la SPR	0.04	3	0.12
3	Carencia de capacitación y asistencia técnica a los productores socios de la SPR	0.05	3	0.15
4	Resistencia de los productores al cambio para la adopción de nuevas tecnologías de producción	0.04	2	0.08
5	No se cuenta con sistema de acopio de leche	0.08	4	0.32
6	No se cuenta con un medio de distribución de los productos	0.08	4	0.32
7	No se cuenta con un sistema de información computadorizado	0.02	2	0.04
	Total	1		3.44

Con la información obtenida se realizó el análisis FODA y del mismo se estableció cuál sería la estrategia básica para la elaboración de este proyecto, la misma que se fincaría en una o varias de las ventajas detectadas y que no fuera posible que fueran adoptadas por la competencia en un corto plazo.

	<p>FORTALEZAS – F F1.-Organización de los productores en una SPR. F2.-Se cuenta con instalaciones propias y equipo adecuado para la producción de derivados lácteos F3.-Por las características del clima, es posible ampliar la frontera productiva de las zonas de producción de forraje para el ganado en terrenos de temporal, mejorando la alimentación del mismo y aumentando la carga animal. F4.-Disponibilidad de servicios como son la energía eléctrica, agua potable y vías de comunicación accesibles durante todo el año. F5.-Se cuenta con sistema contable F6.-Se realiza investigación de mercados F7.-Se tiene control sobre todo el proceso productivo. F8.-La planta tiene una capacidad de producción muy grande F9.-La calidad de los productos es muy alta de acuerdo a los estándares del queso tipo Cotija</p>	<p>DEBILIDADES – D D1.-Falta de recursos económicos suficientes para realizar inversiones D2.-Alto grado de marginación en las localidades rurales en donde viven los socios de la SPR D3.-Carencia de capacitación y asistencia técnica a los productores socios de la SPR D4.-Resistencia de los productores al cambio para la adopción de nuevas tecnologías de producción D5.-No se cuenta con sistema de acopio de leche D6.-No se cuenta con un medio de distribución de los productos D7.-No se cuenta con un sistema de información computadorizado</p>
<p>OPORTUNIDADES – O O1.-En los municipios de Coalcomán y Chinicuila se concentra una población bovina de aproximadamente 94 000 cabezas, siendo la mitad vientres, con una producción lechera de 10 litros diarios. O2.-La región en donde se localizan los municipios de Coalcomán y Chinicuila se ha certificado a nivel internacional como zona de producción orgánica. O3.-Ser la primera empresa acopiadora de leche orgánica de la región O4.-Crecimiento del mercado de productos orgánicos en el país O5.-Existencia de instancias gubernamentales para la obtención de apoyos para la inversión y capacitación O6.-Servicios de salud institucionales en el municipio O7.-El regreso de los migrantes en las vacaciones O8.-Escolaridad mediana en los habitantes del municipio</p>	<p>ESTRATEGIAS F-O F1 CON O5 E1. Gestionar los apoyos gubernamentales para adquirir la infraestructura adecuada y suficiente.</p>	<p>ESTRATEGIAS D-O D3 con O5 E2. Gestionar en su momento capacitación específica para responder a las demandas del mercado.</p>
<p>AMENAZAS – A A1.-Presencia de enfermedades emergentes en la población animal A2.-Incremento en el costo de los insumos para la producción A3.-Aprobación de la NOM que obliga a la pasteurización de la leche A4.-Competencia en el mercado de productos sustitutos A5.-Cambio en las preferencias de los consumidores A6.-Cambio en las políticas estatales hacia las regiones rurales A7.-Emigración de los jóvenes A8.-Inseguridad en la región por el crimen organizado A8.-Disminución del poder de compra por inflación.</p>	<p>ESTRATEGIAS F-A F6 con A4 y A5 E3. Promoción comercial de los productos a través de las asociaciones ecologistas del país:</p>	<p>ESTRATEGIAS D-A D1 con A6 E4: Organización empresarial</p>

Se realizó el cruzamiento de las variables más representativas de acuerdo a **Pedraza Rendón H. (2002)**.

Cuadro N° 3 MATRIZ DE CONFRONTACIÓN DE VARIABLES

F	O	D	A
F1	O1	D1	A1
F2	02	D2	A2
F3	03	D3	A3
F4	04	D4	A4
F5	O5	D5	A5
F6	O6	D6	A6
F7	O7	D7	A7
F8	O8		A8
F9			

PLAN ESTRATEGICO

Derivado del diagnóstico se concluye que con la implementación de las siguientes estrategias será posible lograr la consecución de los objetivos planteados:

E1: Gestionar los apoyos gubernamentales para adquirir la infraestructura adecuada y suficiente para que la empresa implemente un tamaño adecuado desde el principio de sus operaciones.

Para que de esta manera se logre el aprovechamiento óptimo de recursos. Esta consiste en aprovechar integralmente los recursos climáticos y el volumen de producción de los productores de la sociedad, para poder producir más eficientemente.

E2: Gestionar en su momento capacitación específica para responder a las demandas del mercado.

Sobre la base de técnicas adecuadas tanto administrativas como técnicas, que les permitan aprovechar mejor sus oportunidades; para desarrollar capacidades de los integrantes para ejercer su acción en forma autónoma para la producción, comercialización y servicios.

E3: Promoción comercial de los productos a través de las asociaciones ecologistas del país:

Consolidar acuerdos comerciales a por medio de estas organizaciones, puede garantizar el consumo de volúmenes de producción suficientes para asegurar ingresos durante todo el año.

E4: Organización empresarial. Es de fundamental importancia la organización de la empresa para que participe en todas las fases del proceso productivo.

Adicionalmente se determinaron las ventajas competitivas con que cuenta la SPR LADECOL en el periodo del análisis:

- **Estáticas:** Disponibilidad de materia prima (Leche, Cuajo, Sal), Mano de obra relativamente barata y disponible todo el tiempo, Terreno para crecimiento de la empresa y localización en una región que tiene certificación internacional para que sus productos puedan ser vendidos como “**Agricultura Orgánica de la Costa Sierra.**”
- **Dinámicas:** Mano de Obra Especializada en la producción de queso tipo Cotija, Infraestructura física, Maquinaria y equipo y estar constituidos bajo una figura jurídica adecuada a su giro productivo y a su condición de ruralidad.

Conclusiones

Descripción y análisis de los impactos

Incremento de las utilidades anuales de la organización y los socios.

Año	1	2	3	4	5
Ingresos	5,250,000	5,250,000	5,250,000	5,250,000	5,250,000
Costos de producción	3,950,037	3,950,037	3,950,037	3,950,037	3,950,037
Utilidad de operación	1,299,963	1,299,963	1,299,963	1,299,963	1,299,963
Gastos de administración	220,294	220,294	220,294	220,294	220,294
Utilidad antes de impuestos	1,079,669	1,079,669	1,079,669	1,079,669	1,079,669
Impuesto sobre la Renta	356,291	356,291	356,291	356,291	356,291
Reparto de utilidades	107,967	107,967	107,967	107,967	107,967
UTILIDAD NETA	615,412	615,412	615,412	615,412	615,412

Incremento en los volúmenes de producción: El tamaño de la planta no permite aumentar en el corto y mediano plazo los volúmenes de producción, sin embargo con las utilidades obtenidas se capitalizará la producción primaria del insumo principal que es la leche, mejorando sus instalaciones, corrales y sobre todo mejorando la calidad genética del ganado.

Empleos directos generados: Se generaron siete empleos directos

Cantidad	Puesto	Sueldo anual
1	Gerente	93,600.00
1	Auxiliar de Contabilidad	62,400.00
2	Operario y receptor	124,800.00
1	Vendedor	62,400.00
2	Fleteros	124,800.00
7	I	\$ 468,000.00

Se contempla reforzar los empleos de la cadena productiva, los cuales se cuantifican en aproximadamente cincuenta, entre comerciantes, operarios, profesionistas y prestadores de servicios

Comparativo del valor de la producción generada con y sin el proyecto.

Los productores han venido comercializando su producción de leche entre los intermediarios de la región, a nivel doméstico e industrializando en forma artesanal, transformándola en quesos tradicionales de la región como son el queso añejo y la adobera. Con la puesta en marcha de este proyecto, ellos acumularán el valor agregado que se generará por las economías de escala asociadas a la organización e inversión que el acopio en grupo de la producción.

Sin Proyecto (Únicamente Leche Fluida)

	1	2	3	4	5	6	7
Producción	750,000	750,000	750,000	750,000	750,000	750,000	750,000
Valor	2'625,000	2'625,000	2'625,000	2'625,000	2'625,000	2'625,000	2'625,000

Los productores venden a \$3.50 el litro de leche a los clientes locales e intermediarios foráneos.

Con Proyecto (Producción de queso tipo Cotija)

Año	1	2	3	4	5	6	7
Leche fluida (litros)	750,000	750,000	750,000	750,000	750,000	750,000	750,000
Queso	75,000	75,000	75,000	75,000	75,000	75,000	75,000
Valor	5'250,000	5'250,000	5'250,000	5'250,000	5'250,000	5'250,000	5'250,000

Diferencial de ingresos con proyecto y sin proyecto

Año	1	2	3	4	5	6	7
Sin proyecto	2'625,000	2'625,000	2'625,000	2'625,000	2'625,000	2'625,000	2'625,000
Con proyecto	5'250,000	5'250,000	5'250,000	5'250,000	5'250,000	5'250,000	5'250,000
Diferencial	2'625,000	2'625,000	2'625,000	2'625,000	2'625,000	2'625,000	2'625,000

El diferencial a favor de los productores es de \$2'625,000.00 anuales con la implementación del proyecto.

CONCLUSIONES.

Por el grado de organización del grupo, el compromiso de los directivos del mismo con los productores lecheros de la región en donde tienen la mayor parte de sus operaciones, se concluye que las negociaciones que han emprendido para integrarse de manera más sólida con la búsqueda de Alianzas Estratégicas con los productores de leche de la región y la posibilidad de realizar convenios con diversos clientes aprovechando la condición de productores orgánicos, garantiza la viabilidad comercial del proyecto.

El sistema técnico de acopio, almacenamiento y procesos productivos, permite alcanzar mejores precios de venta y por ende elevar los ingresos de la empresa, sobre todo por el precio preferencial que se manejará con los asociados.

Las inversiones que se requirieron para realizar este proyecto son adecuadas para estimular la comercialización ventajosa para los productores, y los volúmenes de operación contemplados garantizan la recuperación de éstas, en un tiempo razonable.

En aspectos socioeconómicos, la generación de 7 empleos directos permanentes y 50 indirectos, incluyendo a los productores de grano, forrajes y proveedores diversos, producirá una reactivación de las actividades agropecuarias, ello correlacionado con la integración de la cadena productiva con mayor número de socios de la localidad y de la región.

Los beneficios económicos para los promotores del proyecto son acordes a su esfuerzo, además de garantizar la comercialización de su producción durante todo el año, estimulará el espíritu emprendedor entre ellos, siendo un ejemplo para los demás productores de la región. Los indicadores de rentabilidad aseguran la viabilidad del proyecto.

RECOMENDACIONES.

1. Impulsar un programa de capacitación técnica, administrativa y comercial para fortalecer a la empresa.
2. Instrumentación de sistemas de control presupuestal, que permita tener claridad en todo momento de los movimientos y cuentas de la sociedad.
3. El crecimiento y consolidación de los mecanismos de concertación de adquisición de la leche a los productores de la región para lograr establecer alianzas estratégicas entre los mismos, que aseguren la comercialización en mejores términos a los actuales.
4. La generación de un fondo de inversión y contingencia, manejado a través de un fideicomiso que permita mitigar las necesidades de financiamiento cíclicos de los productores.

Referencias Bibliográficas:

- Alfaro Calderón. Gerardo. (2001). Administración Estratégica. Apuntes del Curso. FCA de la UMSNH.
- González Santoyo F., Brunet I Icart., Chagolla Farias M., Beatriz Flores B. (2003). Diseño de Empresas de Orden Mundial. Universitat Rovira I Virgili. UMSNH
- Pedraza Rendón H. (2002) Modelo de Plan de Negocios para micro y pequeña empresa. ININEE. UMSNH. México.
- Sánchez Rodríguez, Guillermo y Sánchez Valdés, Arlen. (2005). La Ganadería Bovina del Estado de Michoacán. Fundación PRODUCE, Michoacán.

Bibliografía adicional:

- Villegas de Gante A. (1993). Los Quesos Mexicanos. CIESTAMM. Universidad Autónoma de Chapingo. México.

- Wonnacott Paul, Wonnacott, Ronald. (1992). Economía. 4 Mc Graw-Hill, España.
- Roura, Horacio y Cepeda, Horacio. (1999). Manual de Identificación, Formulación y Evaluación de Proyectos de desarrollo Rural. CEPAL-ECLAC-ILPES. Chile.
- Samuelson, Paul y Nordhaus, William. (1986). Economía. 12 ed. Mc Graw-Hill, México.
- Reyes Hernández. M. (2003). Una Nota sobre las Ventajas Comparativas y Competitivas. Instituto de Ciencia y Tecnologías Agrícolas. Colombia.
- Ramírez Padilla D, Cabello Garza M. Empresas Competitivas. (1997). Una estrategia de cambio para el éxito. Mc Graw- Hill .México.
- Pomeón Thomas. (2007).EL QUESO COTIJA, MÉXICO. Un producto con marca colectiva queso “Cotija Región de origen”, en proceso de adquisición de una Denominación de Origen- Consultoría realizada para la FAO y el IICA en el marco del estudio conjunto sobre los productos de calidad vinculada al origen. CIESTAAM, Universidad Autónoma de Chapingo. México.
- Amiot J. (1991) Ciencia y Tecnología de la Leche. Ed. Acribia. España.
- Castro López C., Sánchez Rodríguez G., Iruegas Evaristo L., Saucedo Lugo G. (2001). Tendencias y Oportunidades de Desarrollo de la Red Leche en México. FIRA. Boletín Informativo N° 317 Vol. XXXIII.
- Gallardo Nieto J.L. (2005) Situación actual y Perspectivas de la Producción de leche de bovino en México. SAGARPA. México.
- Gutiérrez Silvano P.R y Beltrán Ramírez. T.E. “Proyecto Estratégico para el Desarrollo de la producción de leche en la comunidad de La Ruana, municipio de Buena vista Tomatlán, Michoacán”. FMVZ de la UMSNH. Enero de 2009.
- Kinnear T., Taylor J. (1993). Investigación de Mercados. Un enfoque aplicado. Mc Graw - Hill 1993. México.

**MEDICIÓN Y ANÁLISIS DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS DE
JÓVENES EN ZONAS MAYAS PARA EL DESARROLLO REGIONAL.
EXPERIENCIAS EN LA ZONA MAYA DENOMINADA CAMINO REAL DE
CAMPECHE.**

Raúl Alberto Santos Valencia¹⁹²

Francisco Gerardo Barroso Tanoira¹⁹³

Resumen:

El presente estudio expone los resultados de la implementación de una metodología en la que se administró un instrumento para medir y analizar las competencias emprendedoras, que jóvenes de entre 18 y 29 años de edad, deben poseer como emprendedores a fin de iniciar y/o conducir con éxito una empresa en una región maya, en este caso la zona norte del estado de Campeche, la que por sus características culturales, sociales y políticas propias de esta población, en su mayoría indígena, ha permanecido durante muchos años en un estancamiento económico y social, situación que no ha permitido aprovechar de manera eficaz las oportunidades para el desarrollo de proyectos de inversión y los apoyos gubernamentales que el entorno ofrece, ya sea provenientes de instancias públicas o privadas, para iniciar un negocio y/o para hacerlo crecer.

Los resultados muestran que la orientación a competencias de negocios es más frecuente en los jóvenes de esta región que las competencias humanas, lo que sugiere que los jóvenes pueden tener cualidades para emprender, pero les falta formación técnica y laboral para el efecto. Entonces, la formación profesional y laboral es un aliciente, que influye más en la formación emprendedora que en la mera posesión de cualidades personales para este efecto.

Palabras clave: emprendedores, competencias emprendedoras, zonas mayas, Camino Real de Campeche, formación de jóvenes emprendedores

Abstract

Measurement and analysis of entrepreneurial skills of young Mayan areas for regional development. Experiences in the Mayan area called Camino Real de Campeche.

The present study presents the results of the implementation of a methodology in which a quantitative instrument was administered to measure and analyze the entrepreneurial skills in young people between 18 and 29 years old. They must have some skills as entrepreneurs to start and a successfully command a specific enterprise –in this region the case of the northern region of the State of Campeche in which, because of the cultural, social and political characteristics of its population, mostly indigenous, it has

192

Candidato a Doctor en Gestión Estratégica y Políticas de Desarrollo. Instituto Tecnológico Superior de Calkini. Tel. (981)8173037. Correo: rsantosvalencia@hotmail.com

193

Dr. En Ciencias Administrativas. Universidad Anahuac Mayab. (999) 9 42 48 00 ext. 516. Correos: francisco.barroso@anahuac.mx y fbarroso_tanoira@yahoo.com.mx

remained for many years in economic and social stagnation, which has not allowed them to take effective advantage of opportunities for investment projects development and the Government support available, whether from public or private entities, to start a business and / or to make them grow.

The results show that participants have business-oriented “skills” than the human skills, suggesting they could have qualities as entrepreneurs, but unfortunately they lack formal technical and vocational training for these purposes. Then, vocational and employment training are some incentives which would have more influence on entrepreneurial training than the mere possession of personal qualities for this purpose.

Keywords: entrepreneurs, entrepreneurial skills, Mayan areas, Camino Real de Campeche, training of young entrepreneurs

Antecedentes

Desde la década de los 80's México ha visto en la necesidad de incorporarse al mundo globalizado y ha buscado ser competitivo en sectores como: la producción de bienes, el comercio y los servicios, rivalizando en los mercados internacionales con países como Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, China y Japón. Sin embargo, debido a las deficiencias estructurales (legislaciones, infraestructura, ciencia y tecnología, entre otros) y dificultades en el sector social; nuestro país, enfrenta grandes retos derivados del efecto globalizador, como son los problemas de pobreza, desempleo y marginación , los cuales se han agudizado en nuestros días.

Esta situación ha impactado el mercado laboral en México. El aparato productivo no da cabida a toda la población que demanda esos espacios; de hecho, son las empresas micro y pequeñas las que absorben la mayor parte de la población ocupada (Secretaría del Trabajo y Previsión Social, 2002). Sin embargo, un gran sector de la población ha tenido que buscar nuevos esquemas de empleo para su sustento y el de su familia.

En la región maya denominada Camino Real del estado de Campeche, el desarrollo de las comunidades se ha visto opacado por una diversidad de factores que han contribuido al estancamiento del desarrollo social, el cual involucra no solo el desarrollo de infraestructura, sino además, la creación de fuentes de empleo que puedan coadyuvar al desarrollo socioeconómico de las comunidades y que consecuentemente contribuyan al desarrollo familiar y personal de los individuos. Sin embargo, las necesidades y las posibilidades físicas e intelectuales de jóvenes de la región maya no son suficientes para alentar esquemas que puedan generar empleos, como es el caso de la creación de micro empresas. Se puede señalar que durante décadas, los gobiernos Federal y Estatal han invertido múltiples recursos para detonar el desarrollo económico de la región en estudio sin que éstos se traduzcan en una política objetiva que le permita mejorar las condiciones de vida de sus habitantes.

Objetivo del estudio

Ante la situación presentada, se plantean los siguientes objetivos de investigación:

- 1) Identificar las competencias emprendedoras de los jóvenes de entre 18 y 29 años de la zona norte del estado de Campeche
- 2) Determinar cuáles factores influyen en mayor medida en la orientación emprendedora.

3) Identificar los factores que impiden a estos jóvenes emprender.

Importancia del estudio

Esta presentación es importante debido a que proporciona información relevante del potencial emprendedor de los jóvenes de esta zona maya, la cual puede permitir a las autoridades gubernamentales y a los sectores empresariales y sociales, en este caso de Campeche, implementar acciones que pudieran coadyuvar al mejor aprovechamiento del capital humano, de los recursos y las oportunidades que ofrece la región, en un marco de responsabilidad social. Para ello se presentarán los resultados de la metodología utilizada, la cual podría ser replicada en cualquier zona maya de la Península de Yucatán y en otros contextos para conocer el desarrollo del potencial emprendedor de jóvenes, de tal manera que pudiesen diseñar e implementar programas de inserción laboral y políticas de desarrollo sustentable.

Revisión de la literatura

Generalidades sobre competencias

El concepto de competencias es frecuentemente utilizado en el contexto empresarial para designar un conjunto de elementos o factores asociados al éxito en el desempeño de las personas (Valle, 2006), y cuando se hace referencia a los orígenes del mismo, por lo general se cita a McClelland y a su modelo de tres necesidades: 1) necesidad de logro, la cual es definida como el Impulso de sobresalir, de superarse en relación con un conjunto de estándares, de esforzarse por tener éxito; 2) necesidad de poder, que se establece como la necesidad de hacer que otras personas se comporten de una manera en que no se comportarían en otras condiciones, y 3) necesidad de afiliación, la cual es el deseo de ser amigable y cultivar relaciones personales estrechas (Robbins y Judge, 2009).

En el terreno de formación de personas, competencia se entiende como:

- a) La capacidad de satisfacer demandas o llevar a cabo tareas con éxito, constituidas de dimensiones cognitivas y no cognitivas (OIT, 2002).
- b) La habilidad para desempeñar actividades al nivel esperado en el empleo (Lloyd y Cook, 1993).
- c) Estándares que especifican el nivel de conocimientos y habilidades necesarios para realizar con éxito, en el mundo laboral, funciones adecuadas para cada grupo ocupacional (Comisión Europea, 2004).

Como puede observarse, el significado de competencias es muy amplio; sin embargo, puede resumirse como la capacidad que tienen las personas para realizar con éxito las actividades que les son encomendadas.

Tipos de competencias

El número de competencias existentes puede ser muy amplio. Levy-Leboyer (1996) presentan seis diferentes listas. Por su parte, Ansorena (1996) incluye 50 competencias conductuales, mientras Woodruffe (1993) plantea nueve genéricas, lo que significa que hay muchas otras específicas. El Diccionario de Competencias de McBer (Spencer y Spencer,

1993) incluye 20 en su lista básica, ordenadas por conglomerados (figura 1), y nueve adicionales denominadas Competencias Únicas.

Clasificación de las competencias

Existe gran diversidad de clasificaciones de competencias, desde las más sencillas hasta las más complejas. Según Méndez (2006) se pueden clasificar en tres grupos: competencias humanas, competencias de negocio y competencias técnicas.

- a) *Competencias humanas generales*: son formas de caracterizar operativamente y con propósitos formativos las dimensiones del desarrollo humano. Se definen como una forma de conciencia y habilidad general, que es el resultado de la integración de conceptos, destrezas y actitudes y que le permite a la persona entender y transformar sus relaciones con la realidad, incluida ella misma.
- b) *Competencias de negocios*: se refieren a la capacidad de “influir, seducir y motivar” la voluntad ajena de los diferentes colaboradores para que éstos contribuyan en los planes, normas, lineamientos, políticas, estrategias y herramientas que los lleven a conseguir los propósitos y las disposiciones generales de la empresa.
- c) *Competencias técnicas*: la competencia técnica o laboral se refiere a la capacidad de una persona para utilizar sus habilidades para ejercer una función, oficio o profesión según las exigencias definidas y reconocidas por el mercado de trabajo.

Figura 1. Resumen de las Competencias de Hay Mcber.

CONGLOMERADO	COMPETENCIAS
I. Logro y Acción	1. Orientación al Logro 2. Preocupación por Orden, Calidad y Precisión 3. Iniciativa 4. Búsqueda de Información.
II. Apoyo y Servicio Humano	5. Comprensión Interpersonal 6. Orientación al Servicio al Cliente
III. Impacto e Influencia	7. Impacto e Influencia 8. Conciencia Organizacional 9. Establecimiento de Relaciones
IV. Gerencia	10. Desarrollo de Otros 11. Asertividad y Uso del Poder Posicional 12. Trabajo en Equipo y Cooperación 13. Liderazgo de Equipo
V. Cognitivo	14. Pensamiento Analítico 15. Pensamiento Conceptual 16. Pericia (Expertice)
VI. Efectividad Personal	17. Autocontrol 18. Autoconfianza 19. Flexibilidad 20. Compromiso Organizacional

.Fuente: Centro Interamericano para el desarrollo de conocimientos en la Formación Profesional [CINTEFOR-OIT] (2004)

En resumen, las competencias se definen como la combinación de conocimientos, habilidades y actitudes que las personas ponen en juego en diversas situaciones reales de trabajo de acuerdo con los estándares de desempeño, lo que implica: 1) grado de eficacia y eficiencia, 2) grado en que un programa ha utilizado recursos apropiadamente y ha completado las actividades de manera oportuna de un trabajador en su puesto de trabajo, y 3) conjunto de tareas, funciones y responsabilidades que deberá llevar a cabo la persona que lo desempeñe para satisfacer lo propio de cada área profesional.

Enfoques del concepto de competencia

Desde finales de la década de 1970 coexisten tres enfoques diferenciados y casi enfrentados en sus definiciones y en sus esquemas metodológicos, aunque esto aún no ha trascendido al medio académico, en procura de claridad epistémica. Estas son: La escuela Psicológica, La escuela Educativa y la Escuela Gerencial. En los tres enfoques destaca el “desempeño idóneo” como condición o premisa de validez del concepto de competencia. Sin embargo, Tobón (2008) señala que existen cuatro diferentes enfoques para abordar las competencias debido a las múltiples fuentes, perspectivas y epistemologías que han estado implicadas en el desarrollo de este concepto, así como en su aplicación tanto en la

educación como en las organizaciones (figura 2). Los enfoques más sobresalientes en la actualidad son el conductual, el funcionalista, el constructivista y el complejo:

ENFOQUE	DEFINICIÓN	EPISTEMOLOGÍA	METODOLOGÍA CURRICULAR
1. Enfoque conductual	<i>Enfatiza en asumir las competencias como:</i> comportamientos clave de las personas para la competitividad de las organizaciones.	Empírico-analítica Neo-positivista	Entrevistas-Observación y registro de conducta.
2. Enfoque Funcionalista	<i>Enfatiza en asumir las competencias como:</i> conjuntos de atributos que deben tener las personas para cumplir con los propósitos de los procesos laborales-profesionales.	Funcionalismo	Método del análisis funcional
3. Enfoque Constructivista	<i>Enfatiza en asumir las competencias como:</i> habilidades, conocimientos y destrezas para resolver dificultades en los procesos laborales.	Constructivismo	ETED (Empleo Tipo Estudiado en su Dinámica)
4. Enfoque complejo	<i>Enfatiza en asumir las competencias como:</i> procesos complejos de desempeño ante actividades y problemas con idoneidad y ética, buscando la realización personal y la calidad de vida.	Pensamiento complejo	Análisis de procesos Investigación - acción pedagógica

Figura 2 Concepción de las competencias en los diferentes enfoques

Fuente: Formación basada en competencias (Tobón, 2008).

Métodos de evaluación de competencias

Método del Assessment Center (Centro de Evaluación)

La evaluación de los individuos es llevada a cabo por varios observadores, consultores y técnicos especialmente entrenados, quienes registran los comportamientos de los evaluados. A partir de los resultados de dicha evaluación se detectan necesidades de desarrollo y se obtienen importantes criterios para la evaluación del desempeño para la formación de equipos de trabajo, entre otros.

El Test de Monster

El Test de Monster surge como una alternativa metodológica que permite evaluar y predecir la conducta laboral. En función de esto se plantean dos cuestiones fundamentales (Valle, 2006): a) ¿Qué medir?, o determinar qué competencias son las más importantes en cada organización en función de su cultura organizacional y sus necesidades, y b) ¿Cómo medirlo?, que se refiere a determinar la metodología a utilizar. Para dar respuestas a estas preguntas surgen el Inventario de la Personalidad de Eyseck (1973) (EPI), el Inventario de

Percepción y Preferencias de Kostick (1977) (PAPI), el 16 PF de Catell (1984) y el Cuestionario de Personalidad Laboral de Savilli y Holdsworth (1984), citados por Valle (2006) entre otros, estas herramientas ayudan al dicho Test.

Propuesta de Levy Leboyer

Desde la perspectiva de Levy Leboyer (1996), el diagnóstico de competencias implica también detectar los "medios útiles para adquirirlas" y por otra parte, considerar el aspecto "desarrollo" ya que éste está indisolublemente ligado al concepto de competencias. Por lo tanto, considera que deben evaluarse tres categorías de características individuales: las aptitudes, los rasgos y las competencias, al tiempo que menciona tres tipos de instrumentos que pueden ser utilizados para estos fines, los cuales a su vez clasifica en tres categorías: los signos, las muestras y las referencias.

En la primera categoría de instrumentos, denominada "de los signos", éstos se obtienen por medio de los tests abstractos, correspondientes a dimensiones psicológicas identificadas en numerosas investigaciones y análisis factoriales y que permiten medir aptitudes y describir la personalidad (figura 3).

Test de inteligencia general.	Considera que éstos tienen un gran valor predictivo en la medición de las cualidades intelectuales del sujeto, las cuales considera de gran importancia en la adquisición de nuevas competencias, informaciones, procedimientos y en la resolución de problemas y tareas difíciles.
Test de aptitudes.	Dentro de éstos se encuentran los de aptitudes verbales, numéricas y de razonamiento espacial. Señala que solo deben utilizarse si se ha demostrado con el análisis de puestos, que las referidas aptitudes son clave para el desempeño de la actividad o en la adquisición de nuevas competencias, necesarias para la actividad.
Test de personalidad.	Acorde al autor, el uso de este tipo de test puede resultar efectivo siempre y cuando el instrumento esté bien construido y siempre que no incluya un número de preguntas bastante reducida para evaluar cada dimensión (establece como mínimo 10 ítems). Refiere que en investigaciones recientes donde se ha empleado el análisis factorial, se ha demostrado que la personalidad puede describirse atendiendo cinco factores: extroversión, estabilidad emocional, sociabilidad, apertura intelectual y una dimensión con diferentes denominaciones que asocia la conciencia moral y el control de si mismo.

Figura 3 Primera Categoría de Test de *Levy Leboyer (1996)*

Fuente: Valle (2006).

La segunda categoría de instrumentos son las muestras o también llamados tests de situación. Según Leboyer (1996), éstas se definen como situaciones simplificadas que tienen lugar en un determinado período de tiempo y que son semejantes a las actividades profesionales clave que desempeña el individuo. Éstas, como en el caso de los test anteriores, no son el resultado de investigaciones teóricas previas dirigidas a definir los conceptos que miden, aún cuando sean fiables y válidos (Valle, 2006).

La última categoría la constituye cualquier información sobre los comportamientos pasados del individuo que permitan describir comportamientos futuros, con las siguientes consideraciones:

1. Las competencias, aún cuando no existieran en el pasado, pueden ser adquiridas desde el momento en que el individuo posea las cualidades necesarias y tenga acceso a las experiencias adecuadas.
2. Una competencia existente puede pasar desapercibida para los superiores y en consecuencia no ser solicitada, siendo considerada no presente.
3. Todo comportamiento está ciertamente en función del propio individuo pero también del contexto, por lo que resulta difícil saber si los comportamientos que son descritos por las referencias son generalizables a otras situaciones.

En la elaboración y el diseño de las puntuaciones de los ejercicios de muestra se ha considerado la subjetividad de los evaluadores. Principalmente esto se refiere al significado preciso del vocabulario utilizado y a las puntuaciones profesionales que, según Robbins y Judge (2009), se ven a menudo alteradas por el efecto de halo (tendencia a juzgar por una característica única o a considerar todos los aspectos al mismo nivel) y el efecto de media (tendencia a considerar a los individuos cerca de la media).

El emprendedor

Se puede definir “empresa” como una organización dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales, la cual tiene diversas concepciones en el mundo (López, 2010). Por esta situación, el definir y entender al emprendedor crean un reto para los investigadores y escritores. Sin embargo, la mayoría de autores considera a estas personas como generadoras de cambio, aplicando ideas creativas e innovaciones en productos y procesos que ellos mismos elaboran y comercializan, generando de esta manera empresas en las que aplican sus conocimientos, habilidades, actitudes y aptitudes para su creación y consolidación.

Escuelas del pensamiento emprendedor

Existen numerosas escuelas de pensamiento, las cuales observan la noción del entrepreneurship desde diferentes perspectivas. El término ha sido usado para definir una amplia gama de actividades tales como crear, fundar, adaptar, y administrar un negocio. Con esa variación de puntos de vista, no sorprende que no se haya alcanzado consenso sobre qué es el entrepreneurship (emprendedurismo). Se describen a continuación seis escuelas de pensamiento propuestas por varios autores (Woo, Cooper y Dunkelberg, 1988), que intentan mostrar cómo entender el proceso emprendedor (figura 4).

El análisis de estas escuelas es un punto de partida para entender el proceso emprendedor. Este proceso abarca la detección de la oportunidad, reconocimiento de las habilidades propias del emprendedor y las acciones para alcanzar el éxito.

Competencias necesarias en los emprendedores

Para que un proyecto empresarial tenga éxito es imprescindible conocer la capacidad emprendedora (o competencia) de la persona o personas que van a estar al frente de la empresa (De la Vega, 2004). Según dicho autor, en numerosas ocasiones se ha comprobado que una misma idea empresarial puede ser un éxito o un fracaso en función del emprendedor que la ponga en marcha, encontrándose así con personas que pueden convertir en éxito casi cualquier proyecto que inicien. Para algunos autores el emprendedor “nace, no se hace”, y por ello cualquiera que reúna las características adecuadas está prácticamente predestinado a ser empresario (Bull y Winter, 1991), o serlo está en función del contexto que le rodee y la influencia de factores culturales, económicos, sociológicos y psicológicos (Landström y Winborg, 1996).

Escuela	Criterios Propuestos
Escuela de la Gran Persona	Reconocen una oportunidad y toman una decisión apropiada, poseen fuertes deseos de independencia y éxito, con niveles altos de vigor, fuerza, persistencia y autoestima.
Escuela psicológica	Sugiere que ciertos valores y comportamientos son importantes, como por ejemplo la propensión al riesgo, la necesidad de reconocimiento y otras.
Escuela clásica	Enfatiza criterios tales como la creatividad y la toma de decisiones y hace foco en la detección de oportunidades y el start up del nuevo negocio.
Escuela de management (gestión)	Abarcan los conocimientos técnicos, desde el planeamiento hasta la contabilidad.
Escuela del liderazgo	La motivación y el liderazgo son sus principales funciones.
Escuela de intrapreneurship	Fomenta la actividad emprendedora dentro de las organizaciones ya establecidas y hace hincapié en el desarrollo de equipos de trabajo creativos para la resolución de problemas

Figura 4. Escuelas del pensamiento emprendedor

Fuente: Aragón y Severi (2004).

Estudio de J. Filión

Filión, J y Roy G. (1996) señalan varias competencias y hacen una síntesis de las principales características de los emprendedores, obtenida del análisis de centenares de estas investigaciones. A partir de allí elaboraron la siguiente lista de competencias: 1.- Confianza en si mismo, 2.- Perseverancia, determinación, compromiso a largo plazo, 3.- Energía, 4.- Talento, 5.- Habilidad para tomar riesgos calculados, 6.- Necesidad de realización, 7.- Creatividad, 8.- Iniciativa, 9.- Flexibilidad 10.- Responsabilidad, 11.- Independencia, 12.- Previsión, 13.- Dinamismo, 14.- Polivalencia, conocimiento de: producto, mercado, equipos, tecnología, 15.- Habilidad para tratar con la gente, 16.- Adaptación a los momentos críticos, 17.- Orientación hacia la utilidad o ganancia, 18.- Optimismo, 19.- Internalización, 20.- Tolerancia a encarar la ambigüedad y a la incertidumbre, 21.- No conformismo y 22.- Liderazgo.

Estudios de David McClelland

Con el objeto de enumerar dichas competencias de éxito empresarial, en la década de los 60's McClelland, citado por Garzón (2004), inició un proyecto de investigación el cual concluyo en los siguientes regustados:

Conjunto de pautas del logro:	Búsqueda de Oportunidades e Iniciativa Correr Riesgos Calculados Exigir Eficiencia y Calidad Persistencia Cumplimiento
Conjunto de pautas de la planificación:	Búsqueda de Información Fijar Metas Planificación Sistemática y Seguimiento
Conjunto de pautas del poder	Persuasión y Redes de Apoyo Autoconfianza e Independencia

Figura 5 Pautas del comportamiento emprendedor

Fuente: Garzón (2004).

Estudios de Hay Group

También cabe mencionar el estudio sobre competencias de los emprendedores desarrollado por la empresa Hay Group (Bilbao y Pachano, 2002). La metodología desarrollada por esta empresa se fundamenta en su experiencia de más de 35 años, en un gran número de países. Estas competencias son las siguientes: 1. Confianza, 2. Integridad, 3. Autodirección, 4. Iniciativa, 5. Vender, 6. Compromiso, 7. Determinación, 8. Direccionalidad, y 9. Liderazgo.

Estudios de E. Palacios

Palacios (1999) implementó una metodología que ha sido sistemáticamente observada en los emprendedores de las organizaciones a partir de las conductas, prácticas y estrategias llevadas a cabo por los protagonistas (Bilbao y Pachano, 2002). Las competencias definidas por dicho autor son las siguientes:

1. *Espíritu emprendedor*: se refiere a características tales como “olfato del negocio”, tener una idea entre “ceja y ceja”, así como llevar a cabo una idea contra “viento y marea”.
2. *Necesidad de existir*: implica sentir una gran necesidad de llevar a cabo el negocio. Disposición a sacrificar las ganancias iniciales por el largo plazo.
3. *Experiencia técnica previa*: el conocimiento acerca del negocio, de los procesos y del producto son para dicho autor parte importante del éxito de la empresa. Señala que algunos investigadores estiman que para alcanzar el éxito empresarial, la persona debe conectarse con el negocio por un período no menor a 5 años.
4. *Tolerancia al riesgo*: es la capacidad para afrontar riesgos calculados, es decir, la capacidad de tomar riesgos con base en un estudio o plan previamente establecido.
5. *Trabajo arduo*: disposición a dedicar esfuerzo y muchas horas de trabajo, muchas veces sin recompensas inmediatas.
6. *Capacidad de reponerse y aprender*: implica además tenacidad y perseverancia. No sentirse derrotado ante el fracaso, pero sí sacar provecho de los errores.

7. *Sociedad tolerante*: es la capacidad de saber entenderse entre los socios, de escoger a los más adecuados y de saber trabajar en equipo.
8. *Credibilidad*: tiene que ver con ofrecer productos de calidad, respetar a los clientes, demostrar aprecio a los trabajadores. En definitiva, es hacer las cosas bien, tener integridad y actuar de acuerdo a sus principios.
9. *Priorizar*: tener la habilidad suficiente para establecer prioridades y cumplirlas.
10. *Cultura familiar*: siendo muchas de las nuevas empresas de carácter familiar, buena parte del éxito empresarial se logra mediante el adecuado manejo de las relaciones familiares, la importancia de introducir una gerencia profesional y la capacidad de preparar la empresa para la sucesión.
11. *Profesionalismo del emprendedor*: implica tener la capacidad para desarrollar las habilidades y capacidades internas, así como las prácticas y estrategias necesarias para asegurar la supervivencia y el crecimiento de la empresa.

En resumen, desde que el emprendedor tiene una idea y considera que puede llevarla a cabo, hasta convertirla en un negocio viable, se enfrenta a un sinnúmero de obstáculos que pasan por la falta de cultura emprendedora, impedimentos familiares, falta de conocimientos y consecuentemente inseguridad en el terreno empresarial, falta de recursos, etc. Es un constante reto para los emprendedores, pero estos pueden acudir a diversos organismos en busca de apoyo para trámites, financiamiento, educación fiscal y laboral, así como propiciar una fuerte vinculación con el Gobierno.

Metodología

Tipo y diseño del estudio

La metodología utilizada en el estudio es de tipo exploratorio y luego descriptivo, evolucionando a correlacional, con enfoque cuantitativo. El diseño es no experimental transeccional, pues aunque los participantes pertenecen a un grupo o nivel determinado (todos ellos son de comunidades mayas de las zonas del Camino Real), se investigan datos en un solo momento y en un tiempo único, con el objetivo de describir variables y analizar su incidencia o interrelación en un momento dado (Hernández, Fernández y Baptista, 2006). El método es el estudio de campo y la técnica es la encuesta, con el cuestionario como instrumento.

Participantes en el estudio

La versión final del instrumento cuantitativo fue administrada a una muestra de 410 jóvenes, quienes comparten las siguientes características: 1) rango de edad entre 18 a 29 años, y 2) Vivir actualmente en la zona maya denominada Camino Real de Campeche, la cual abarca los municipios de Calkiní, Hecelchakán y Tenabo, en que participaron 227, 122 y 45 personas respectivamente.

Instrumento y procedimiento

Para el presente trabajo se diseñó y administró un cuestionario por considerar que este tipo de instrumento reúne las características idóneas para la medición de variables que se desean estudiar, además de la facilidad de acceso a los jóvenes de la región. Los ítems se presentan con escala tipo Likert, la cual permite medir percepciones y actitudes, dimensiones de la personalidad y otras variables psicológicas a través de una serie de enunciados ante los que las personas encuestadas expresan su propia posición, escogiendo

una alternativa de respuesta entre las ofrecidas.

Se tomó el modelo de las once categorías propuestas por Palacios (1999) por considerar que se apegan a la población latinoamericana objeto de estudio, de las cuales cada una consta de tres a seis ítemes. Dichas categorías son: 1. Espíritu emprendedor, 2. Necesidad de existir, 3. Experiencia técnica previa, 4. Tolerancia al riesgo, 5. Trabajo arduo, 6. Capacidad de reponerse y aprender, 7. Sociedad tolerante, 8. Credibilidad, 9. Priorizar, 10. Cultura familiar y 11. Profesionalismo del emprendedor. (Apéndice A1)

Mediante un estudio piloto con el 10% de la muestra, respetando la estratificación por cada una de las localidades estudiadas, se obtuvo la validez de contenido del instrumento por juicio de experto (Hernández et al., 2006) y la de constructo mediante un análisis factorial por el método de componentes principales. En cuanto a la confiabilidad, se obtuvo un coeficiente alfa de Cronbach de 0.92, por lo que se consideró adecuada.

Resultados

En el estudio piloto se observó que, desde la perspectiva de los jóvenes, éstos le dan mayor importancia a la categoría 10 (Cultura familiar), pues consideran que la familia y el negocio son muy importantes para ellos. También se observó un puntaje alto a las categorías: 6 (Capacidad de reponerse y aprender), 8 (Credibilidad) y 2 (Necesidad de existir del negocio). En cuanto a la categoría de menor frecuencia de mención fue la 3 (Experiencia técnica previa).

Del estudio con toda la muestra, se obtuvo la siguiente información: la edad de los participantes en su mayoría se ubica en los rangos de 18 a 22 años en donde se captó el 75.9%, y el 24.1% restante tuvo en el rango de edad de 23 a 29 años. El 52% de los participantes son varones. El 84% son solteros, 13% casados y el resto en otro estado civil. En cuanto a estudios, 68% estudian el bachillerato, seguido por estudios profesionales (21%), educación básica (13.8%) y posgrado (0.2%).

Se realizó un análisis factorial comprobatorio por el método de componentes principales y rotación varimax, del que resultaron 12 factores que explican el 63.3 % de la varianza total. En todos los casos se tomaron las correlaciones mayores a 0.3. De dicho análisis (apéndice A2) puede verificarse que la mayor varianza corresponde los factores 1 a 6, siendo estos los que más deben tomarse en consideración porque representan el 40.6% de la varianza explicada, lo cual coincide con De la Vega (2004) y Palacios (1999) en cuanto a la importancia de estos factores en las cualidades emprendedoras necesarias para el emprendurismo.

Los comportamientos propuestos por McClelland (Garzón, 2004) como la independencia, energía, ser soñadores, la capacidad de decisión, la determinación y la orientación a la acción, son parte de estas cualidades del emprendedor. Los factores 7 a 12 encontrados son identificados con las 10 pautas de comportamiento propuestos por McClelland, estableciendo el 22.7% de la varianza total explicada. Según las respuestas de los participantes, la más importante de éstas, por el valor de su varianza explicada, es “Orientación a la solución de problemas” (7.8%), seguida de “Evaluación de riesgos” (7.2%) y “Formación de empresa familiar” (6.7%).

En este estudio, los factores relevantes encontrados de manera general fueron, con media de 4.4: “Orientación a la Solución de problemas” (7.8% de varianza explicada), “Evaluación de riesgos” (7.2%) y “Formación de empresas familiares” (6.7%), seguido de

“Orientación a invertir a largo plazo” y “Esfuerzo y dedicación”, los cuales tuvieron una desviación estándar de 0.8 y 0.7 respectivamente. Los factores que presentaron menor magnitud de la varianza explicada, fueron “Conocimiento y experiencia en negocios”, con media de 3.6 y desviación estándar de 1.0, “Liderazgo y trabajo en equipo”, con media de 3.8 y desviación estándar de 1.0, y “Orientación a competir”, que tuvo una media de 3.9 y desviación estándar de 0.9. Todos los factores del análisis factorial se encuentran incluidos y descritos en el trabajo de Palacios (1999) y abarcan los comportamientos de McClelland (1973) referidos en el marco teórico de esta investigación.

Correlaciones

Se encontraron en general correlaciones positivas y significativas ($p < .001$) entre la mayoría de los factores, destacándose el factor “Deseo de tener un negocio” y la “Responsabilidad” (0.609), seguido de “Credibilidad” con “Responsabilidad” (0.683), “Capacidad de reponerse y aprender” con “Responsabilidad” (0.643), observándose esta tendencia correlacional en cada municipio participante.

En cuanto a las razones por las que los jóvenes de la región no crean sus empresas, el 37.8% de los entrevistados considera que es por falta de dinero o recursos financieros, el 31% considera que es por falta de conocimientos acerca de la creación o fortalecimiento del negocio, 11.2% por falta de experiencia y el 20% restante considera que se debe a otras causas tales como liderazgo, visión, interés, voluntad, actualización y planeación.

Discusión

Los valores presentados en el apéndice A2 indican que los participantes consideran que tienen fuerte orientación a la creación de empresas, lo mismo que a la solución de problemas (superación de obstáculos), concordando con Palacios (1999), lo que puede significar que el hecho de iniciar una empresa o tener un negocio les brinda la posibilidad de conseguir empleos para ellos o sus familias, viendo esto como una forma potencial de ofrecer un patrimonio a sus hijos. Están conscientes de los retos y obstáculos que se adquieren al iniciar un negocio, por lo que consideran que escuchar los consejos familiares en relación al negocio les ayuda a tomar mejores decisiones, además de evaluar desde diferentes puntos de vista la pertinencia o no del negocio.

En el estudio se obtuvo una varianza explicada del 63.4% con carga en doce factores, la mayor parte de ésta (40.6%) asociada a la influencia de las cualidades profesionales y de negocios del emprendedor destacados por Méndez (2006) y señaladas por Tobón (2008), mientras que el 22.7% de la misma varianza corresponden a las competencias humanas generales (Méndez, 2006). Puede ser que las cualidades del emprendedor como iniciativa, toma de riesgos, no ser temerosos, ser generalmente independientes, innovadores, generadores de cambio, motivadores, líderes creativos y perseverantes (McClelland, 1973) permitan determinar e identificar, desde la perspectiva de los participantes, las competencias con que cuentan para iniciar o desarrollar empresas así como para identificar las razones que les impidan emprender acciones que satisfagan las necesidades de la región. Es posible que aquellos factores con menor varianza representen cualidades más uniformes en la población, es decir, que los jóvenes cuentan en general con ellas, lo que lleva a que los resultados no varíen mucho entre la percepción de los participantes

Se observa que el 40.6% de la varianza explicada puede identificarse con la escuela intrapreneurship, mientras que el 22.7% con la Escuela de la Gran Persona (Aragón y Séveri, 2004) y el resto con las demás, lo que indica que en la percepción de los participantes, la orientación hacia la formación de equipos de trabajo y las relaciones con los demás son más importantes como competencia, en comparación con los aspectos personales que menciona la Escuela de la Gran Persona, lo cual podría facilitar la creación de empresas familiares aprovechando la orientación hacia el equipo, así como el sentido de respeto y reconocimiento. Tal parece que la orientación a competencias de negocios es más importante que las competencias humanas propuestas por Méndez (2006), lo que sugiere que los jóvenes pueden tener cualidades para emprender, pero les falta formación técnica y laboral para el efecto. Entonces, la formación profesional y laboral influye en mayor medida en la orientación emprendedora, que la mera posesión de cualidades personales para este efecto. Aunque este resultado podría no ser nuevo en otras regiones del país, constituye información relevante para esta zona del sureste mexicano.

Otro factor que refuerza estos argumentos es la importancia que tiene la responsabilidad en relación con diferentes factores, lo que sugiere que la responsabilidad tiene un valor muy especial entre los jóvenes del Camino Real y constituye una ventaja competitiva para ellos.

Conclusiones

Para ser emprendedor se deben desarrollar en estos jóvenes las competencias según los enfoques constructivista y complejo de Tobón (2008) debido a que, por los resultados de la varianza explicada, predomina la necesidad de formación en competencias profesionales y laborales por encima de las competencias humanas, que ya de por sí presentan los participantes.

El triunfo de las escuelas del intrapreneurship por encima de Escuela de la Gran Persona no significa que se abandone la formación de aspectos personales y competencias transversales, las cuales siempre podrán mejorarse, sino entender que más que cursos para desarrollar cualidades personales de emprendedor, es necesario implementar programas de formación en competencias profesionales y laborales, es decir, enseñar al joven cómo emprender más que decirle cómo debe ser como emprendedor. Es pasar de la cualidad a la acción, ayudándole a potenciar esas cualidades emprendedoras que ya trae, como indica Aragón y Severi (2004).

Con el hecho de estudiar, ser creativo, tener un proyecto de vida, expectativas altas y autoestima, los jóvenes participantes en el estudio son emprendedores en potencia y, aunado a que la cultura local está orientada a la familia, surge la oportunidad para el fomento de empresas familiares en la región, apoyando lo especificado por Kras (1991) en cuanto a que hay que proporcionar al joven las herramientas necesarias para que, aprovechando dicho potencial, se convierta realmente en emprendedor, por lo que es necesario elevar la cultura emprendedora, fomentar los programas de apoyo a MPyMEs y fortalecer negocios, enfocándose en el desarrollo de competencias profesionales y laborales y contribuyendo de esta manera al desarrollo de la zona y de esta manera mejorar el nivel de vida de sus habitantes.

Referencias

- Ansorena, A. (1996). *15 casos para la selección de personal con éxito*. Barcelona: Paidós Empresa.
- Aragón, F. y Severi, M. (2004). *Características personales de los emprendedores. Diferencias con los ejecutivos de corporaciones*. Buenos Aires, Argentina: Universidad del CEMA.
- Bilbao, A. y Pachano, S. (2002). *Rasgos y actitudes de los emprendedores*. Venezuela, Corporación andina de fomento –CAF.
- Bull, I. y Winter F. (1991), “Community differences in business birth and business growths”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 6, N°1 Canadá.
- Catell R. (1984). *El análisis científico de la personalidad y motivación*. Madrid: Pirámide
- Comisión Europea (2004). *Glossary. Skills*. Recuperado el 7 de julio de 2009 de: [http://www.elearningeuropa.info/main/index.php?page=glossary & abc=S](http://www.elearningeuropa.info/main/index.php?page=glossary&abc=S)
- De la Vega M. (2004). *Manual de autoempleo*. España: Consejo de la juventud de Castilla.
- Filion, J.; Roy G. (1996). *Documento didáctico*. Escuela de Altos Estudios Comerciales (HEC). Québec, Montreal, Librería universitaria Copec.
- Garzon, M. (2004). *Las pautas del comportamiento emprendedor como base para el diseño de planes formativos para emprendedores*. España: Universidad Politécnica de Valencia.
- Hernandez, R., Fernández, C. y Baptista, L. (2006). *Metodología de la investigación* (4ª ed). México: McGraw Hill.
- Kras, E. (1991). *La administración mexicana en transición*. México: Grupo Editorial Iberoamericana.
- Landström, H. y Winborg, J. (1996). *Financial bootstrapping in small businesses-a resource-based view on small business finance*. Halmstad: Scandinavian Institute for Research in Entrepreneurship. Universidad Halmstad
- Levy-Leboyer, C. (1996). *Gestión de Competencias*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Lloyd, C. y Cook, A. (1993). *Implementing standards of competence. Practical strategies for industry*. Londres: Kogan.
- López, D. *La empresa como unidad económica*, Chile, Editorial Lexis Nexis
- McClelland, D.C. (1973) *Testing for Competencies rather than intelligence*, *American Psychologist*, Vol 28(1), 1973, 1-14.
- Mendez J.(2006), *Enfoques y modelos para el desarrollo de competencias*, Recuperado el 15 de junio de 2009 de <http://www.icam.com.mx/canales6/rrhh/gestion-y-desarrollo-de-competencias.htm>.
- Organización Internacional del Trabajo (2002). *Certificación de competencias profesionales*. Brasil: OIT.
- Palacios, L. (1999): *Sabiduría popular en la empresa venezolana*. Caracas, Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.
- Robbins, S. y Judge, T.** (2009) *Comportamiento Organizacional* (13ª. ed.). (J.L. Brito, Trad.). México: Prentice Hall.
- Secretaría del Trabajo y Previsión Social (2002). *Ley Orgánica de la Administración Pública Federal*, Secretario del Trabajo y Previsión Social, México. Reglamento Interior.

- Spencer L. y Spencer, S. (1993). *Competence at Work*. New York: John Wiley and Sons
- Tobón, S. (2008). *La formación basada en competencias en la educación superior, un enfoque complejo*. México: Universidad Autónoma de Guadalajara.
- Valle, I. (2006). *Competencias laborales: una alternativa de desarrollo organizacional*. Buenos Aires, Argentina: Granica.
- Woo, C. Y.; Cooper, A. C. y Dunkelberg, W. C. (1988). Entrepreneurial typologies: definitions and implications. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley Mass. Babson College, 165-176.
- Wordruffe, C. (1993). What is meant by a competency? *Leadership and Organization Development Journal*, 14, 29-36

Apéndice A1

HOJA 1 DE 3

INSTRUMENTO DE MEDICION No. 1 CUESTIONARIO

OBJETIVO: Recopilar información acerca de las competencias emprendedoras de los jóvenes de la región maya denominada "Camino Real", en el norte del estado de Campeche, a fin de conocer las razones que los motivan a crear una empresa, así como acerca de su pasado familiar y su educación.

SECCIÓN 1

INSTRUCCIONES: Complete las siguientes tablas, marcando con una "X" en los espacios correspondientes a su respuesta. Esta información es confidencial y se utilizará única y exclusivamente para efectos de estudio. ¡Muchas gracias!

1.- DATOS DEL ENCUESTADO:

Nombre completo	Apellidos completos	Sexo	Etnia	Edad	Estrato
Estrato		Municipio		Municipio	
Calle		Código postal		Logar de nacimiento	
<small> Pertenencia a un departamento de las Américas México () Guatemala () El Salvador () Honduras () Nicaragua () Costa Rica () </small>					

2.- ESCOLARIDAD:

¿Actualmente está estudiando?	
SI	NO
()	()

2.1. Nivel Mínimo de Estudios:

Nivel	Escuela	Comodidad	Asistencia o Frecuencia	Profesor	Asignatura	Exposición	Otras actividades

Comodidad de Estudios: SI () NO ()

SECCIÓN 2.

- 1.- Lee cuidadosamente las preguntas a responder
- 2.- Marca con una "X" la opción que consideres más apropiada, de acuerdo a la siguiente tabla:

OPCIONES	ABREVIATURA
Totalmente de acuerdo	TA
De acuerdo	A
Indiferente	I
Disacuerdo	D
Totalmente en desacuerdo	TD

- 3.- Si tienes dudas, por favor pregunta al entrevistador.
- 4.- No dejes preguntas sin contestar.

COMPETENCIAS		OPCIONES				
1.- Espíritu emprendedor. Se refiere a características de la mente "que le dan capacidad de hacer una idea sobre "qué y cómo", llevar a cabo una idea sobre "cómo y cómo".		TA	A	I	D	TD
1.1	Actúas por ti mismo antes de que las circunstancias te obliguen					
1.2	Constantemente buscas nuevos productos o servicios que te ayuden a solucionar las necesidades o mejorar tu trabajo					
1.3	Aprovechas oportunidades innovadoras para hacer negocios y obtener recursos					
1.4	Te esfuerzas por fabricar un producto u ofrecer un servicio que consideras que cumple o rebasa las expectativas del cliente					
1.5	Cuando comienzas una tarea o un proyecto nuevo, recabadas toda la información posible antes de llevarla a cabo.					

		TA	A	I	D	TD
2. Deseo de tener un negocio. <i>Reflexiona sobre una gran necesidad de tener o iniciar el negocio. Dispositivo a cumplir los pensamientos iniciales por algunos planes.</i>						
2.1	Cuando decides realizar una actividad o negocio, lo haces a pesar de los obstáculos.					
2.2	Es importante para ti invertir a corto plazo para tener ventajas en el largo plazo.					
2.3	Cuando estás haciendo un trabajo para otras personas, te esfuerzas en forma especial por lograr que queden satisfechas con el trabajo.					
3. Experiencia previa. <i>Considera la experiencia de los procesos y el producto. Para obtener el nivel empresarial personal del estudiante como empresario por un período de un mes de 2 años.</i>						
3.1	Cuentas con los conocimientos para abrir un negocio.					
3.2	Cuentas con los conocimientos para operar un negocio.					
3.3	Cuentas con experiencia para elaborar los productos o brindar los servicios que ofrendas.					
3.4	Entiendes bien las necesidades que originan abrir un negocio.					
3.5	Conoces el entorno empresarial.					
3.6	Conoces tus fortalezas.					
4.- Tolerancia al riesgo. <i>De la capacidad que se refiere a riesgos individuales. De otro, la capacidad de asumir riesgos asociados en un asunto a corto plazo, pero manteniendo el control.</i>						
4.1	Calculas los riesgos intencionalmente cuando inicias alguna actividad.					
4.2	Evaluas todas las alternativas al iniciar una actividad.					
4.3	Actúas para reducir los riesgos.					
4.4	Controlas los resultados cuando asumes riesgos.					
4.5	Te asumes las situaciones que conllevan un reto o un riesgo moderado.					
5. Responsabilidad. <i>Dispositivo a asumir algunas prácticas básicas de trabajo, muchas veces con responsabilidades inmediatas.</i>						
5.1	Te esfuerzas en realizar actividades que necesitas hacerlas.					
5.2	Terminas tu trabajo a tiempo.					
5.3	Te enojas cuando las cosas no se hacen debidamente cuando las hacen otras personas.					
5.4	Haces lo que es necesario sin que otros tengan que pedirte que lo hagas.					
5.5	Tu rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas con las que trabajas.					
5.6	Te importa más la satisfacción del trabajo bien hecho que el dinero que recibirías por ello.					
6. Capacidad de reponerse y aprender. <i>Reflexiona sobre cómo y por qué reacciona. No se refiere al nivel de una persona. Tener presente de las acciones.</i>						
6.1	Cuando te enfrentas a un problema difícil, inviertes tiempo en encontrar una solución lo más convenientemente o adecuadamente posible.					
6.2	Ante un reto o obstáculo haces todo lo necesario o cambias de estrategia para superarlo.					
6.3	Asumes toda la responsabilidad en el logro de tus metas y objetivos.					
6.4	Encuentras diferentes maneras de superar obstáculos que se incorporan al logro de tus metas.					
7. Capacidad para trabajar con otros. <i>Se refiere a la capacidad de sentirse cómodo entre las cosas y trabajar con ellas, de apoyar a los más débiles y de recibir trabajo en algunas áreas de un ambiente empresarial.</i>						
7.1	Haces uso de estrategias para influenciar y persuadir a otros.					
7.2	Te apoyas en personas clave para conseguir tus objetivos.					
7.3	Desarrollas o mantienes una red de contactos de negocios.					
7.4	Logras, mediante persuasión, que otros apoyen tus recomendaciones.					
7.5	Insistes varias veces para conseguir que otras personas hagan lo que quieres que hagan.					
8. Credibilidad. <i>Para que se vea cómo se refieren prácticas de calidad, una relación a los clientes, una demostración abierta a los trabajadores de algunas, así como las acciones, así como las y trabajos de las, para mejorar el producto de acuerdo a sus prácticas.</i>						
8.1	Te esfuerzas extraordinariamente para realizar tu trabajo.					
8.2	Colaboras con tus compañeros.					
8.3	Te pones en el lugar de tus compañeros si es necesario para terminar un trabajo.					
8.4	Valoras la buena voluntad de los compañeros de trabajo a largo plazo, por encima de las ganancias a corto plazo.					

		IA	A	I	D	ID
8.3	Cumplies las promesas que haces					
9. Priorizar. Tener la habilidad de elegir lo que es más importante y cumplirlo.						
9.1	Estableces metas y objetivos que tienen significado personal y que implican un reto					
9.2	Tienes una visión clara y específica de lo que quieres a largo plazo					
9.3	Te fijas resultados a corto plazo					
9.4	Mides los objetivos de manera frecuente					
9.5	Planificas un proyecto grande dividiéndolo en tareas de menor complejidad.					
10. Familia y negocio. Te refieres a la forma de manejar a los miembros familiares, la experiencia de introducir una persona profesional y la capacidad de pagar por la empresa para la ocasión.						
10.1	Escuchas atentamente cuando alguien habla contigo					
10.2	Consideras que tu familia y el negocio son importantes para ti.					
10.3	Si en el futuro tuvieras un negocio, pensarías en transferirlo a tus hijos cuando seas anciano					
10.4	Consideras que tener un negocio es un patrimonio familiar					
10.5	Te importa la imagen que proyectas en la comunidad					
11. Cualidades del emprendedor. Debes tener la capacidad general de mejorar las habilidades y gestionar los recursos, aplicar las estrategias y estrategias necesarias para superar las expectativas y alcanzarlas de la empresa.						
11.1	Haces autonomía del control evitando las reglas y normas de otras personas.					
11.2	Confías en ti mismo para terminar una tarea difícil o enfrentarte a un reto.					
11.3	Planificas las tareas grandes en sub-tareas con plazos de finalización.					
11.4	Haces un seguimiento de tus planes para revisar tus resultados y valorar las nuevas condiciones del entorno.					
11.5	Mantienes registros de tus actividades y te apoyas en ellos en la toma de decisiones.					
11.6	Confías en que puedes tener éxito en cualquier actividad que te propongas alcanzar.					

SECCIÓN 3

Ahora, responde las siguientes preguntas. Justifica tus respuestas.

1.- ¿Te sientes competente para trabajar en una empresa? Sí No.

¿Por qué?: _____

2.- ¿Te sientes competente para abrir un negocio? Sí No. ¿Por qué?: _____

3.- ¿En qué trabajo te sientes competente? (Marca, en orden de importancia 3 de ellas)

Empresa productora de bienes Empresa Productora de Servicios Comercio

Bancos o productos financieros Escuelas o instituciones de investigación Gobierno

4.- ¿Qué te falta para ser competente para abrir un negocio? _____

5.- ¿Los jóvenes de tu localidad emprenden sus propios negocios? Sí No.

En caso negativo, ¿por qué? _____

6.- Conoce algún programa gubernamental de apoyo para la creación o fortalecimiento de empresas?

Sí No. En caso afirmativo ¿Cuál? _____

¿Quieres realizar algún comentario adicional?

¡Gracias por tu colaboración!

Apéndice A2
 Tabla de factores generales encontrados en jóvenes de la Región Camino Real

General

No	Factor	Media	Desviación Estándar	varianza explicada
1	Orientación a la solución de problemas (superación de obstáculos)	4,4	0,8	7,81
2	Evaluación de riesgo	4	0,9	7,2
3	Formación de Empresa familiar	4,4	0,8	6,71
4	Conocimientos y experiencia en negocios	3,6	1	6,36
5	Fijación de metas y objetivos	4	0,9	6,33
6	Liderazgo y trabajo en equipo	3,8	1	6,21
7	Motivación y reconocimiento al trabajo de	4,2	0,8	5,03
8	Iniciativa para emprender	4	0,9	4,63
9	Confianza en sí mismo	4,2	0,9	4,3
10	Orientación a competir	3,9	0,9	3,66
11	Orientación a largo plazo	4,3	0,8	2,9
12	Esfuerzo y dedicación	4,3	0,7	2,26
				63,4

INTERVENCIÓN Y CONSULTORÍA UNA ALTERNATIVA PARA EL CAMBIO Y DESARROLLO ORGANIZACIONAL

Dra. Sara Adriana García Cueva	saragarcia@profesores.valles.udg	Universidad de Guadalajara
Dra. Ma. Del Refugio López Palomar	cuquis@profesores.valles.udg.mx	Universidad de Guadalajara
Mtro. Héctor Ochoa Zavala	hochoa@embzapopan.com	Consultor independiente
Dr. Manuel Pando Moreno	manolop777@yahoo.com.mx	Universidad de Guadalajara

Resumen:

El propósito de este trabajo es presentar un panorama de la intervención y la consultoría como una alternativa para el cambio y desarrollo organizacional. Partiendo de la premisa, de que las intervenciones son conjuntos de trabajos estructurados en los que las unidades organizacionales escogidas (individuo, grupo, ínter grupo o sistema total para alcanzar metas), emprenden una tarea o sucesión de ellas, cuyos objetivos se relacionan directa o indirectamente con mejoras organizacionales; a su vez la consultoría es considerada una actividad profesional de asesoreamiento, que establece una serie de pautas para dejar al descubierto los problemas que se tienen en las empresas y coadyuvar con alternativas de solución para el cambio.

Se trata de un estudio descriptivo, permite un acercamiento a los conceptos intervención, consultoría, empresa y cambio. De los resultados se llegó a la conclusión que las acciones que implican estos conceptos están entrelazadas estrechamente para impulsar la competitividad y el desarrollo del 97% de las empresas del país.

Palabras clave: intervención, consultoría, empresa y cambio

Abstract

The purpose of this document is to present an overview of the intervention and consulting as an alternative for change and organizational development. Starting from the premise that interventions are sets of structured work which selected organizational units (individual, group, inter-group or overall system to achieve goals), undertake a task or successions of them, whose objectives are related directly or indirectly to organizational improvements and turn the consultancy is considered a professional activity of counseling, which establishes a set of guidelines to expose the problems you have in business and contribute to alternative solutions for change.

This is a descriptive study allows an approach to intervention concepts, consulting, enterprise and change. From the results it was concluded that the actions involving these concepts are closely intertwined to boost competitiveness and development of 97% of companies in the country.

Keywords: intervention, consulting, company and change

Introducción

Son innumerables y vertiginosos los cambios que ocurren a nivel mundial, que elevan el nivel de incertidumbre y la competencia de los mercados, exigiendo una nueva postura por parte de las organizaciones. No es posible quedarse observando sin hacer nada, sino por el contrario, se impone la realización de cambios organizacionales que permitan la adaptación a este medio dinámico. Se pueden tener diferentes razones de temor al cambio, sin embargo no se puede ignorar que el entorno exige dinamismo y adaptación ante lo cual las empresas no se pueden permitir permanecer estáticas.

El cambio organizacional abarca desde una simple modificación en la tecnología hasta transformaciones radicales en la cultura de una organización, por lo que el perfeccionamiento de la forma en que se cambia preocupa en la actualidad a todas las empresas, sin importar el tamaño o sector en el cual se desempeñe. La alternativa de permanencia es el aprendizaje para salir adelante y manejar la situación, es el reto que se afronta.

Las organizaciones se encuentran a menudo con diversos problemas, tales como: la empresa no se desarrolla adecuadamente, los clientes desaparecen, no se consigue la innovación de productos, los trabajadores están en permanente conflicto o se van sin razón aparente, surge la pregunta ¿dónde está el problema?, ¿qué es lo que no se hace correctamente? Un análisis racional de estas y otras situaciones que suceden cotidianamente en las empresas es posible a través de las intervenciones que constituyen una herramienta para mejorar el funcionamiento de la organización, administrar mejor los procesos, ayudar a los miembros de la organización a abordar problemas específicos en forma efectiva y eficiente para realizar el cambio.

Desarrollo

En México, la Micro empresa representa el 97% de las unidades económicas del país, dando empleo a un 47% del personal ocupado y generando el 31% del Producto Interno Bruto (PIB), lo anterior tomando como base la información que para estos efectos proporciona la Secretaría de Economía.

Cuadro 1
Universo Empresarial en México
Empresa

Empresa	% Unidad económica	Personal ocupado	% PIB
Micro	97.0	47 %	31
Pequeña	2.7	20 %	26
Mediana	0.2	11 %	12
Grande	0.1	22 %	31

*Fuente: Diagnóstico de las micro, pequeñas y medianas empresas*¹⁹⁴

¹⁹⁴ Véase <http://www.economia.gob.mx>.

En el presente trabajo al hacer referencia a micro empresa se atiende a la clasificación que para tal efecto realiza la Secretaría de Economía en la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa publicada en el Diario Oficial de la Federación de fecha 30 de diciembre de 2002 y cuyo artículo que hace referencia a la clasificación es el artículo 3º Fracción III modificado y publicado en el mismo medio, el día 06 de junio de 2006. .

Cuadro 2

Estratificación por Número de Trabajadores			
Sector/Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Micro	0-10	0-10	0-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-100

Fuente: *Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa*¹⁹⁵ .

Sin embargo una parte importante de este sector muere antes de cerrar operaciones correspondientes a un año, esto debido a las batallas que día a día tiene que enfrentar derivadas del entorno y de su capacidad para responder a estos cambios.

Entre los cambios a enfrentar que destacan para la micro y pequeña empresa actual se encuentran los tecnológicos, mercadológicos, etc., derivados en gran medida por el impacto del desplazamiento que las grandes empresas han emprendido en la búsqueda de expansión de sus mercados, obligando a este sector a responder a las nuevas exigencias competitivas que les permitan hacer frente a estos cambios.

De acuerdo a los datos presentados por la Secretaria de Economía en el documento Diagnóstico de las micro, pequeñas y medianas empresas, el 87% de las micro empresas son dirigidas por el mismo empresario.

La formación del empresario requiere entonces de contar con una serie de conocimientos y estrategias metodológicas para la identificación objetiva de los problemas y debilidades susceptibles de ser mejoradas, formación que no en todos los casos se tiene.

Cuadro 3.

Tamaño	Edad promedio del Empresario	Tamaño	Quien dirige la Empresa
Micro	41	64%	87% el mismo empresario
Pequeña	39	11%	63% el empresario

¹⁹⁵ Véase Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Fuente: Diagnóstico de las micro, pequeñas y medianas empresas¹⁹⁶.

En este sentido la intervención organizacional mediante el proceso de consultoría empresarial que ofrecen particulares para ser llevada a cabo por profesionistas capacitados, proporciona una alternativa de apoyo para poner al descubierto los problemas de gestión, analizarlos, recomendar alternativas a esos problemas y coadyuvar en la aplicación de soluciones.

Aspectos teórico- referenciales

George A, Steiner en su texto Planeación Estratégica señala que “se le adjudica a Confucio haber dicho que si él fuera gobernante del mundo, lo primero que haría sería arreglar las definiciones de las palabras, ya que de ellas dependería la acción”¹⁹⁷, por ello es necesario conjuntar algunas definiciones que aportan algunos autores en materia de empresa, intervención, cambio y consultoría.

Empresa.

El diccionario de la Real Academia Española, define empresa como la unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.

Por su parte el Código de Comercio en su libro segundo, título primero, artículo 75 refiere los actos de comercio y alude en sus fracciones de la V a la XI a las empresas.

El Código Fiscal de la Federación en su artículo 16 último párrafo, considera como empresa, la persona física o moral que realiza actividades comerciales, industriales, agrícolas, ganaderas, pesqueras y silvícolas.

En las definiciones enunciadas se encuentra semejanza, la refieren como unidad de organización dedicada a la realización de actividades comerciales, industriales, agrícolas, ganaderas, pesqueras y silvícolas, que es la que interesa para este trabajo.

Intervención.

French y Bell¹⁹⁸ consideran las intervenciones como series de actividades estructuradas en las cuales ciertas unidades seleccionadas de la organización (grupos o individuos que son el objetivo), se dedican a una tarea o una serie de tareas en donde las metas están relacionadas directas o indirectas con el mejoramiento organizacional.

¹⁹⁶ Véase <http://www.economia.gob.mx>

¹⁹⁷ Steiner, G. A. (2000) Planeación Estratégica, México: Grupo Editorial Patria

¹⁹⁸ French W. y Bell C. (1996) Desarrollo Organizacional, México: Prentice Hall

Asimismo la intervención se define como la coordinación y autoridad sobre los procesos de cambio por parte de un agente de cambio, que delega algunos elementos de dicho proceso, esto de acuerdo al autor Jonson y Acholes¹⁹⁹.

Por su parte Rafael Guizar²⁰⁰ define la intervención como herramienta o medio de los que se vale el desarrollo organizacional para llevar a cabo el cambio planeado.

Los tres autores refieren la intervención como un medio para el cambio en las organizaciones e implican acciones sistematizadas y coordinadas entre la empresa y un agente externo.

Cambio.

Acción y efecto de cambiar, que a su vez cambiar hace alusión a la acción de dejar una cosa o situación para tomar otra²⁰¹.

En este trabajo nos interesa primordialmente apreciar el concepto de cambio como la transformación de un estado anterior de la empresa hasta su estado posterior, que le sucede, cada transformación implica no sólo una modificación interna de la empresa, sino también un reajuste de las relaciones que existen con el entorno exterior, es decir nada existe que este totalmente desconectado de lo que le afecta.

Consultoría.

Según el diccionario de La Real Academia de la Lengua Española (decimonovena edición) el concepto “consultar” se define como: “Conferir, tratar y discurrir con una o varias personas sobre lo que se debe hacer en un negocio.

Pedir parecer, dictamen o consejo”. Someter una duda, caso o asunto a la consideración de otra persona. Por su parte el diccionario Anaya de la Lengua (1980), señala que “consultar” significa: Pedir consejo u opinión. Deliberar varias personas sobre un asunto”.

Para hacer referencia a la consultoría se presentan algunas definiciones que expresan autores como Shein,²⁰² que define la consultoría en la esfera gerencial como el “servicio de ayuda prestado por un colaborador profesional independiente (consultor) a una organización (cliente) que solicita apoyo para: identificar problemas, proponer sugerencias para su solución y mejorar su desempeño. Proceso que facilita el aprendizaje y el cambio de la organización cliente... y cuyo objetivo rara vez es mantener el status quo. Facilitar el cambio es la razón de ser de la consultoría...”

¹⁹⁹ Jonson G. y Acholes K., (2001) Dirección Estratégica. España, Prentice Hall

²⁰⁰ Guizar R., (2004) Desarrollo organizacional. México, Mc Graw Hill

²⁰¹ Diccionario de la Real Academia Española Véase <http://www.rae.es>

²⁰² Schein, E.H. (1990), Organizational culture. American Psychologist

“Servicio prestado por una persona o personas independientes y calificadas en la identificación e investigación de problemas relacionados con políticas, organización, procedimientos y métodos; recomendación de medidas apropiadas y prestación de asistencia en la aplicación de dichas recomendaciones”²⁰³.

“Un consultor o una empresa consultora, es una persona (u organización) que está en condiciones de ejercer cierta influencia sobre un individuo (u otra organización), pero sin poder directo para efectuar cambios o llevar programas a la práctica para solucionar problemas”²⁰⁴.

“La consultoría de empresas es un servicio de asesoramiento contratado por y proporcionado a organizaciones por personas especialmente capacitadas y calificadas que prestan asistencia, de manera objetiva e independiente, a la organización cliente para poner al descubierto los problemas de gestión, analizarlos, recomendar soluciones a esos problemas y coadyuvar, si se les solicita, en la aplicación de soluciones”²⁰⁵.

Con las definiciones presentadas podemos inferir que la consultoría, tiene relación con un dictamen que puede ser emitido por escrito o de palabra, referente a un asunto y que ayuda al consultante en la toma de decisiones. El consultor es la persona que da el consejo y propone en función de sus conocimientos y criterio alternativas viables a la empresa que busca sus servicios constituyéndose para este efecto en el agente de cambio.

A partir de la definición de estos autores se explica el ¿por qué?, en la actualidad la consultoría ejerce una poderosa influencia sobre la forma como operan las empresas y ha tenido un crecimiento vertiginoso en muchas partes del mundo.

El auge de los servicios de consultoría está relacionado con la celeridad de los cambios en el entorno de las organizaciones, cuyos directivos o dueños, inmersos en los problemas operativos, requieren de una visión externa de apoyo en el análisis de la posible influencia de esos cambios sobre el comportamiento de la organización y ofrezca criterios valiosos acerca de cómo debe la misma enfrentar esos cambios para aprovecharlos –cuando son positivos- o disminuir su influjo, cuando estos son negativos.

En México, la consultoría como industria del conocimiento, comprende dos grandes rubros: La consultoría de gestión (administración, economía, finanzas) y la consultoría en

²⁰³ Kubr, M. (2002), *La Consultoría de Empresas, guía para la profesión*. México.

²⁰⁴ Block, P. (1994), *Consultoría sin fisuras*. Barcelona, Ediciones Garnica

²⁰⁵ Greiner, L. E. y Metzger R. (1983), *Consulting to Management*, Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall

Ingeniería, desde la factibilidad técnica y el diseño hasta los procesos de conservación y mantenimiento.²⁰⁶

La consultoría de gestión es relativamente nueva en nuestro país, porque no era requerida durante la época que teníamos una economía cerrada; mientras que la ingeniería se desarrollaba por la demanda de infraestructura. No obstante, este desarrollo se dio primero en las instituciones estatales, tales como la ingeniería de comunicaciones y transportes en la Secretaría del Ramo, la hidráulica, en la Secretaría de Recursos Hidráulicos, la petrolera en Petróleos Mexicanos, la eléctrica en la Comisión Federal de Electricidad, la hospitalaria en el Instituto Mexicano del Seguro Social y así algunas otras especialidades.²⁰⁷ En este trabajo se hace referencia en particular a la consultoría de gestión.

La consultoría de gestión, empezó a desarrollarse en México cuando se iniciaba la privatización mundial, en la segunda mitad de los años 70'S, ya con la participación de firmas extranjeras (fiscalistas y contables) que abrieron su área de consultoría, continuó en los años 80'S y ha tenido un fuerte crecimiento durante los últimos 12 años. Se han establecido miles de empresas en diferentes especialidades como economía, finanzas, informática, calidad, capacitación, optimización de procesos, planeación estratégica, inspección, verificación, certificación y otras especialidades. La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, ha habilitado además, a cerca de 10000 “consultores individuales” para orientar a los micros y pequeños empresarios en su organización y procesos de calidad.

Sin embargo, a pesar de la proliferación de firmas de consultoría de gestión, más del 80% de la facturación en este rubro se lo han llevado empresas extranjeras, en donde destaca la contratación de organismos estatales en materia de planeación estratégica y modernización (Petróleos Mexicanos, Comisión Federal de Electricidad y Secretaría de Hacienda y Crédito Público, principalmente, aunque también han participado otros organismos, inclusive a nivel de Estados y Municipios).

La Cámara Nacional de Empresas de Consultoría México (CNEC), tiene como objetivos, entre otros, representar a la consultoría nacional, fomentando su calidad y defendiendo sus intereses, además de promover el desarrollo del mercado de trabajo para sus socios. Es importante señalar que las empresas socias de CNEC no representan el total del universo de la consultoría. De hecho en este momento la gran mayoría de las empresas no pertenecen a la Cámara. El gran mercado de la consultoría de gestión empresarial lo han capturado 10 ó 12 grandes empresas transnacionales, solas o asociadas con empresas mexicanas que facturan más del 80% del mismo. El 20% restante de este mercado se reparte entre un gran número de empresas consultoras mexicanas medianas que atienden también a empresas

²⁰⁶ Perspectivas de la Consultoría en México. Véase <http://www.fepac.org.br/documents/perspectivas.htm>

²⁰⁷ Ibid..

industriales y comerciales medianas y del orden de 10,000 consultores individuales que están apoyando a la micro y pequeña empresa.²⁰⁸

De acuerdo a datos presentados en el artículo “Consultoría: la inteligencia detrás de una empresa” en la revista Mundo Ejecutivo²⁰⁹ en México hay consultoras para todos los gustos, tamaño de la organización y necesidades de esta sin embargo se encuentran rezagado en términos del monto de inversión en esta industria, en relación a la tasa de crecimiento y al ingreso per cápita como se puede apreciar en el siguiente cuadro.

Cuadro 4.

Inversión en consultoría 2007			Valor del mercado de consultoría (como proporción del PIB)	Valor estimado del mercado de consultoría (como proporción del PIB)
País	Crecimiento PIB2007 (estimado)	PIB per capita 2007 (US\$)	2007	2010
Reino Unido	2.70%	44,134.90	1.40%	1.50%
Estados Unidos	1.90%	45,817.00	1.15%	1.30%
Italia	2.00%	36,829.70	0.95%	1.10%
España	3.70%	34,188.20	0.85%	1.05%
Francia	2.10%	41,586.30	0.75%	0.90%
Chile	5.10%	8,169.70	0.45%	0.55%
Brasil	4.20%	4,889.70	0.29%	0.40%
México	3.50%	7,836.50	0.19%	0.25%

Fuente: Banco Mundial, Deloitte

En los datos anteriores se encuentra que existe una correlación muy alta entre los países que tienen los más altos ingresos per cápita y la inversión que realizan en consultoría.

Sin duda la tendencia de las intervenciones en las microempresas por medio de la consultoría crecerá y tendrá mayor auge por lo que este grupo representa para la economía del país al constituir el 97% de las empresas y generar el 47% de los empleos en México.

²⁰⁸ Perspectivas de la Consultoría en México. Véase <http://www.fepac.org.br/documents/perspectivas.htm>

²⁰⁹ Sandoval, Nora (2007) “Consultoría: la inteligencia detrás de una empresa”, Mundo Ejecutivo, núm. 342. México, pp. 138-147.

Existen diversos modelos para realizar intervenciones en las organizaciones, se podría aseverar que al imprimir cada consultor o grupo de consultores su sello personal o de grupo, redundarían entonces en tantos modelos posibles, sin embargo algunos autores por su liderazgo, encabezamiento, vanguardia, entre otros han logrado el reconocimiento de sus modelos, presentamos a continuación algunos de ellos.

Modelos para la consultoría.

La consultoría al ser considerada una actividad profesional de asesoramiento, requiere para su realización el establecimiento de una serie de pautas que garanticen la profesionalización de la misma, por ello se debe emplear en su ejercicio un modelo o método que guíe el proceso de la misma.

Algunos autores como Lewin, Weisbord, William Ouchi, Peters, Waterman, Patrick Williams, John Jones, Tasca, Cobos, Kast, Rosenzweig, Athos, McKinsey, Kubr, entre otros, han establecido diversas metodologías como propuestas para la realización de la consultoría que orienten al consultor en su profesión, observándose entre estas una gama de opciones, las cuales atendiendo a las características propias de la empresa, así como a la decisión del consultor, elegirá entre ellas la que juzgue pertinente y que le oriente a realizar la actividad con los mejores resultados.

Se presenta a detalle el modelo presentado por Kubr, en el texto la Consultoría de Empresas, además de incluir algunos complementos y adaptaciones por parte de los autores de este artículo. Se toma el modelo de Kubr, por considerar que resulta con mayor coherencia con los valores que inspiran la consultoría en la dirección de la micro y pequeña empresa.

Las etapas consideradas en el modelo referido son las siguientes:

1.-Prediagnóstico. Para su realización comprende una serie de entrevistas que permiten conocer por áreas, la situación actual de la empresa, contemplando las siguientes: a) Administración b) Finanzas c) Producción y Comercialización d) Organización y Recursos Humanos.

Las técnicas a emplear en la obtención de la información son la entrevista (guía de cuestionario), la observación, utilización de medios audiovisuales (grabadora, cámara fotográfica, video, etc.).

Una vez que la información establecida en los párrafos que anteceden es obtenida, se procede con la integración de la matriz DOFA que permita la identificación de los problemas por áreas y a su vez en los diferentes niveles, con el cual se integra el mapa de la problemática para establecer las relaciones que existen entre si e identificar el problema principal. Posteriormente se elabora el documento que contiene el prediagnóstico donde se establece la situación actual de sus áreas.

2.- Estrategia y Planificación de la Tarea. Una vez identificados y evaluados los problemas por áreas, el consultor esta en posibilidad de realizar la planeación que le permita realizar la tarea, presentando su propuesta al cliente, mediante el documento que describa lo que el consultor sugiere y la colaboración requerida por parte de la empresa.

3.-Presentación de Propuesta. La propuesta se presenta mediante documento que contiene las conclusiones preliminares del consultor sobre su evaluación del problema, así mismo señala el programa de trabajo conteniendo las propuestas de solución o alternativas que se pretende realizar que incluye el análisis costo beneficio; se da a conocer los requerimientos de personal y sus características para apoyar la realización de la actividad, así como la experiencia que poseen. Todo lo anterior se analiza con el cliente. Si la propuestas planteadas son aceptadas se procede a la ejecución de las actividades que consisten en una serie de acciones para abatir problemática.

4.- Implementación. Esta etapa del proceso de consultoría que consiste en la aplicación, de los cambios de mejora propuestos, se realiza en colaboración con los empresarios y su personal.

5.- Terminación. Para la terminación de la consultoría se integra el documento o informe en el cual se plasma los hechos principales, las tareas efectuadas. Esto consiste en el análisis del trabajo realizado, los beneficios reales obtenidos con la aplicación , así como los logros y mejoras alcanzados.

Bajo esta perspectiva, la consultoría constituye un pilar fundamental en la investigación al aportar valiosa información. La esencia de la intervención a través de la consultoría es generar el cambio entendido como la transformación de un estado anterior de la empresa hasta su estado posterior, que le sucede, y que se produce cuando el punto de vista de un externo es aceptado y aplicado por los dueños o directivos de las micro empresas. Cada transformación implica no sólo una modificación interna de la empresa, sino también un reajuste de las relaciones que existen con el entorno exterior, es decir nada existe que este totalmente desconectado de lo que le afecta.

Queda de manifiesto lo expresado por Schein,²¹⁰ que la consultoría es el “servicio de ayuda prestado por un colaborador profesional independiente (consultor) a una organización (cliente) que solicita apoyo para: identificar problemas, proponer sugerencias para su solución y mejorar su desempeño. Proceso que facilita el aprendizaje y el cambio de la organización cliente... y cuyo objetivo rara vez es mantener el status quo. Facilitar el cambio es la razón de ser de la consultoría...”

²¹⁰ Schein, E.H. (1990), Organizational culture. American Psychologist

Conclusiones

La operación en el ámbito económico de las empresas micro del país se ha visto afectadas por las crisis económicas recurrentes de la economía mexicana de tal forma que su ritmo de desaparición del mercado se está acelerando cada vez más ante la aparición de nuevas condiciones del mercado en el que ahora no sólo compiten con los productos sino también con sus “clientes potenciales” intermediarios.

La alternativa de no hacer nada es desaparecer, situación que no está en los planes de las empresas micro. Entonces algo se tiene que realizar y lo primero es un riguroso análisis del estado del negocio y aplicar las estrategias que estén a su alcance por muy pequeña que sea la empresa. Lo anterior es posible precisamente por la alternativa que ofrece la consultoría.

El presente estudio ha mostrado una propuesta para el cambio de las micro empresas a través de la consultoría, dejando al descubierto que los conceptos micro empresa, intervención, consultoría y cambio están entrelazados estrechamente para impulsar el desarrollo y la competitividad del 97% de las empresas del país.

Bibliografía

Block, P. (1994), Consultoría sin fisuras. Barcelona, Ediciones Garnica.

Código Fiscal de la Federación, (2011), México, ISEF

French W. y Bell C. (1996), Desarrollo Organizacional, México: Prentice Hall

Greiner, L. E. y Metzger R. (1983), *Consulting to Management*, Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall

Guizar R., (2004) Desarrollo organizacional. México, Mc Graw Hill

Jonson G. y Acholes K., (2001) Dirección Estratégica. España, Prentice Hall

Kubr, M. (2002), La Consultoría de Empresas, guía para la profesión. México.

Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (2006), México, D.O.F.

Sandoval, Nora (2007) “Consultoría: la inteligencia detrás de una empresa”, Mundo Ejecutivo, núm. 342. México, pp. 138-147

Schein, E.H. (1990), Organizational culture. *American Psychologist*, 45 (2), 109-119

Steiner, G. A. (2000) Planeación Estratégica, México: Grupo Editorial Patria

Publicaciones electrónicas consultadas:

Código de Comercio 2011. Versión electrónica consultada en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/3.pdf> Fecha de consulta: 22 de octubre de 2011.

Diccionario de la Real Academia Española. Versión electrónica consultada en: <http://www.rae.es/rae.html> Fecha de consulta: 16 de Enero de 2011.

Secretaría de Economía. Diagnóstico de las micro, pequeñas y medianas empresas. Versión electrónica consultada en: <http://www.economia.gob.mx/pics/p/p2757/DIAGNOSTICODEMICROPEQUEÑASYME DIANASEMPRESAS.pdf> Fecha de consulta: 16 de Enero de 2011.

Perspectivas de la Consultoría en México, Melesio Gutiérrez Pérez. Presidente de la Cámara Nacional de Empresas de Consultoría, México D.F. Diciembre de 2000. Dirección: <http://www.fepac.org.br/documents/perspectivas.htm>

COMPETITIVIDAD AGRÍCOLA Y CAMBIO CLIMÁTICO EN MICHOACÁN: TENDENCIAS DE LOS MERCADOS INTERNACIONALES Y HUELLA DE CARBONO

Carlos Francisco Ortiz Paniagua	carlinortiz@yahoo.com	UMSNH
Odette V. Delfín Ortega	odettedelfin@hotmail.com	UMSNH
Zoe T. Infante Jiménez	zoeinfante@hotmail.com	UMSNH

Resumen:

Las tendencias en los mercados de alimentos de los países desarrollados van marcando la pauta de las necesidades y características de los productos que se consumen. Al respecto el cuidado al ambiente cada vez es una variable a considerar con mayor intensidad y frecuencia para incursionar en estos mercados. Específicamente el rastreo o seguimiento de la huella de carbono en los productos agrícolas, permite conocer el cuidado ecológico que se ha implementado en cada una de las etapas del ciclo de la producción y comercialización de productos alimenticios a lo largo de la cadena de abastecimiento. Las estrategias y mejora de los procesos agrícolas para reducir las emisiones de carbono, aportan en sí mismas un instrumento de competitividad. Una de las vocaciones, productivas de Michoacán, según la tasa de crecimiento en generación de riqueza, así como la generación de empleos ha sido, la agricultura de exportación. El presente identifica una propuesta de mejoramiento de capacidades locales y de estrategias para incidir en la competitividad local y regional, agrícola mediante la certificación de huella de carbono como instrumentos de competitividad y oportunidad para la inserción en mercados internacionales. Lo anterior obedece a dos aspectos de trascendencia en la gestión ambiental: la eficiencia y el cambio climático (la reducción de huella de carbono).

Palabras clave: Huella de carbono, productos agrícolas, regulaciones ambientales, cambio climático y agricultura de exportación

Abstract

The demands of developed countries are leading the way to the needs and characteristics of the products consumed. In this way, the environment regulation is becoming a variable to consider with a greater intensity and frequency to break into these markets. Specifically, the tracking or monitoring of carbon footprint of the agricultural products allows us to know the ecological regulations implemented in each of the stages of the production cycle and marketing of food products along the supply chain. Strategies and improvement of the agricultural processes to reduce carbon emissions give themselves a competitive tool. One of the production role trade of Michoacan, according to the rate of growth in wealth

generation and job creation, has been the farming export. This identifies a proposal to improve local skills and strategies to influence local and regional competitiveness through the certification of agricultural carbon footprint as an instrument of competitiveness and opportunity for the insertion into the international markets. This is due to two aspects of importance in environmental management: efficiency and climate change (reducing carbon footprints).

Keywords: Carbon Footprint, agricultural products, environmental regulations, climatic change and exportations agriculture

Desarrollo del trabajo

Introducción

El presente tiene como propósito discutir sobre las tendencias de los mercados internacionales en lo referente a la producción agrícola en relación a las oportunidades que se muestran para Michoacán, a partir de dos elementos: vocación productiva del estado y las implicaciones en las exigencias y demanda de productos a raíz del cambio climático. El artículo se integra en cuatro apartados: a) una revisión de las tendencias en la oferta y la demanda de los productos agrícolas, enmarcando la huella de carbono como instrumento regulatorio; b) se destaca en general las técnicas y métodos para la medición de la huella de carbono; c) se enfatiza sobre las condiciones de México para insertarse en la lógica de la certificación y d) se presenta una propuesta de municipios en Michoacán que de acuerdo con su vocación y potencialidad, presentan oportunidades para iniciar la certificación de huella de carbono. Por último, se destacan algunos elementos a considerar para el impulso a políticas de fomento para la certificación de huella de carbono.

Dimensionando la economía michoacana: retos y oportunidades de la Globalización

Michoacán aporta el 2.6% de la riqueza que genera en el país (INEGI, 2010), a la vez que participa con aproximadamente 4% en términos de población y territorio (INEGI, Anuario Estadístico del Estado de Michoacán, 2010) situación por la cual se presenta una disyuntiva en lo referente a generación y distribución de riqueza. Michoacán presenta uno de los indicadores más bajos de PIB por habitante en el país (nueve mil USD), por debajo de la

media nacional (14 mil USD, (INEGI, 2008)). La participación relativa del PIB del estado en relación al PIB nacional ha disminuido al pasar de 2.5% a 2.3% para el período 1993 a 2008. En cuanto a la estructura del PIB se tiene 16.6%, lo aporta el sector primario, 16.8% el sector secundario y 66.5% el sector terciario. Es conveniente resaltar que según para el año 2000, la participación del Michoacán en el PIB nacional fue de 2.4%, en tanto para el 2010 se estima en cerca de 2% del total nacional.

En lo que refiere a la estructura económica, expresada por la población Económicamente Activa (PEA) es importante hacer notar que en la última década ha experimentado un cambio significativamente importante La PEA ocupada (considerando de 15 años y más) para el año 2000 fue de 1.2 millones de personas (23.7% primario, 24.9% secundario, 48.8% terciario).

La economía tiene una fuerte dependencia del sector primario, lo cual se refleja en su alta participación en el PIB estatal en la estructura de la PEA ocupada esta ha sufrido una modificación importante pasando de representar 34% de la PEA ocupada en el sector primario a solo 23%. La agricultura representa la principal actividad de este sector (más del 60%) y entre sus productos destacan: el aguacate, con 84% de la producción, así como otros productos como: el maíz, el sorgo, la caña de azúcar, el frijol y el trigo. Adicionalmente, Michoacán exporta melón, sandía, fresa, zarzamora y aguacate; teniendo la ventaja comparativa de satisfacer las normas fitosanitarias internacionales.

A la vez que se encuentra en estados con mayor proporción de población en condiciones de pobreza y marginación. Si bien en el proceso de globalización de mercados Michoacán ha destacado en algunos rubros, principalmente en el agrícola. Es cierto que la entidad cuenta con un potencial elevado para la generación de riqueza, de acuerdo a las vocaciones productivas del territorio. Una de las vocaciones según la tasa de crecimiento en generación de riqueza, es la agricultura de exportación. Las tendencias de los mercados mundiales por exigir productos que en sus procesos tengan menor impacto en el ambiente representan una oportunidad para que Michoacán se coloque a la vanguardia. El presente identifica una propuesta de mejoramiento de capacidades locales y de acciones concretas para incidir en

la competitividad local y regional, agrícola mediante el uso de certificados de huella de carbono como instrumentos de oportunidad para la inserción en mercados internacionales.

Lo anterior muestra que el estado tiene una posición importante para competir en los mercados internacionales, a la vez que se puede insertar mejorando las condiciones de agregación de valor y las oportunidades de negocio, atendiendo las tendencias de los mercados internacionales en lo referente a la normatividad ambiental. En este sentido, la agregación de valor puede también procurar una mejora de los niveles salariales, de las ganancias y de los niveles de vida de la población involucrada directa e indirectamente en la actividad agrícola de exportación en Michoacán. Lo anterior en argumentos de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), “los países de la región deben incorporar la huella de carbono en su agenda de innovación no sólo para fortalecer su competitividad, sino además para anticiparse a prácticas proteccionistas en las políticas que tiene que ver con el tema ambiental” (CEPAL, 2010).

Tendencias en los mercados agrícolas y cambio climático

Luego de una revisión minuciosa de las actuales tendencias en la agricultura se pueden identificar desde la oferta y desde la demanda. Ambos casos muestran convergencia como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1. Tendencias recientes de la oferta y la demanda de productos agrícolas

Oferta	Demanda
Crecimiento sostenido de la producción agrícola a una tasa superior al 2%	Creciente demanda por alimentos exóticos y comida internacional
Expansión de las exportaciones	
Aumento de la distribución minorista y al detalle	Creciente facilidad para acceder a productos agrícolas diversos
Importancia creciente de la tecnología e innovación para incrementar el rendimiento	Demanda creciente por el abasto de alimentos
Incidencia del cambio climático en la oferta agrícola	Preferencias por consumo de bajo impacto ambiental y demanda creciente de productos orgánicos (crecimiento anual superior a 20%)
Aumenta la importancia de la bioenergía y los biocombustibles	
Reconversión a agricultura orgánica	

Fuente: Elaboración propia con información de: (IICA, 2011); (ECPA, 2008); (Timmer, 2006); (FAO, 2002); (Villafán Vidales, 2006) y (Cox, 2005); (Econegocios Forestales, 2011)

Se puede apreciar que las tendencias se ubican hacia la agricultura sustentable, agricultura orgánica y agricultura con reducción en el impacto ambiental. Los compromisos adquiridos con el protocolo de Kioto, por 166 países de reducir seis gases efecto invernadero: dióxido de carbono (CO₂); metano (CH₄); oxígeno nitroso (N₂O); hidrofluorocarbonos (HFC), perfluorocarbonos (PFC) y hexafluoruro de azufre (SF₆). (Ilach, 2009). Las emisiones de dióxido de carbono (CO₂) son uno de las principales causantes del incremento en la temperatura global y del cambio climático. Como propuesta de solución a esta problemática, los países desarrollados han solicitado que los productos consumidos tengan un valor que indique cuanto se empleó en: energía, transporte y en general el proceso productivo y de colocación del producto. A la vez que se pone énfasis es los empaques o envasados económicos y bajos en contaminantes.

Algunos países se encuentran trabajando en la huella de carbono de cada producto y la tendencia es que inicie un proceso de exigencia para las importaciones agrícolas. Esto puede ser una medida ecológica pero también proteccionista de los productos locales contra los foráneos. Situación por la cual el sector frutihortícola de nuestro Estado debe de tomar las precauciones requeridas para poder competir en los mercados internacionales a la par que se cuida al planeta. (CO2Consulting, 2009)

La pregunta consiste en cómo definir la cantidad de carbono que debiera ser aceptable en un producto. Al momento se identifican tres elementos clave: a) cómo se produce; b) cuáles fuentes de energía se emplearon, y c) qué tipo de transporte se usa. Todo esto con el propósito definir y caracterizar la producción de gases de efecto invernadero de cada uno de los productos agrícolas exportables, desde su producción en campo hasta su llegada a centros de distribución a minoristas. Entre los principales procesos productivos de la actividad agrícola, que más contribuyen a las emisiones de gases de efecto invernadero, destacan el laboreo de suelo, uso de fertilizante y aplicación de plaguicidas.

Algunos países desarrollados han comenzado a utilizar especificaciones para distinguir el comercio de bienes y servicios según su carga contaminante, como el etiquetado de carbono. Este etiquetado, fue implementado en Francia a partir de enero de 2011, (Actitud Azul, 2011) indica la cantidad de emisiones de dióxido de carbono en el proceso de producción, transporte y eliminación de un producto. La puesta en marcha de estas medidas unilaterales, si bien apunta a disminuir las emisiones de gases efecto invernadero, podría tener repercusiones económicas y comerciales en los países en desarrollo. (CEPAL, 2010).

Por tal motivo en Michoacán la implementación de estas medidas representa una doble oportunidad: 1) mejorar la eficiencia energética, 2) incrementar la competitividad de los productos agrícolas, iniciando con la etiqueta de huella de carbono en los principales productos. A la vez que se mejora el perfil ambiental de las actividades agrícolas y anticipando las tendencias de reducción de emisiones ante el cambio climático. Ya que las empresas pueden optimizar recursos y procesos, siendo más eficientes; logrando no solo un beneficio ambiental, sino también económico.

La huella de carbono como instrumento regulatorio

El cambio climático, que hoy en día vivimos es provocado por la emisión de Gases de Efecto Invernadero (GEI) y en especial del CO₂, las cuales son la consecuencia de las actividades humanas que diariamente realizamos para nuestra subsistencia (CO2Consulting, 2009). Ya que todas las actividades que se realizan (alimentación, movilidad) así como los bienes de consumo y en sí todas las actividades económicas y sociales, implican consumo de energía y precisamente esas emisiones con las que se van a la atmósfera.

Existen diversos autores que han tratado de definir lo que es la huella de carbono destacando los siguientes: *"la totalidad de gases de efecto invernadero (GEI) emitidos por efecto directo o indirecto de un individuo, organización, evento o producto"* (UK Carbon Trust, 2008).

Por huella de carbono se entiende la medición de la cantidad de CO₂ emitido a través de la combustión de combustibles fósiles; en el caso de una organización o una empresa, corresponde a las emisiones de CO₂ de sus operaciones diarias; en el caso de un individuo o una casa, son las emisiones de CO₂ correspondientes a sus actividades diarias; para un producto o servicio, incluye emisiones de CO₂ adicionales al ciclo de vida de la cadena productiva; para materiales corresponde a la medición de las emisiones de CO₂ integradas al producto (embodied emissions) determinadas a través de la evaluación del ciclo de vida". (Glosario carboNZero 2010). Por lo que la gestión ambiental encaminada a la reducción de los impactos de huella de carbono *"Es la conversión de todos los impactos ambientales de una organización (tanto de lo que entra -consumos- como de lo que sale -desechos-) a carbono o a emisiones equivalentes de CO₂"* (Instituto de huella de carbono).

Bajo esta premisa Reducción de la Huella de Carbono (RHC), representa una herramienta para conocer las emisiones de carbono que producen la actividad agrícola y producción de alimentos y de ésta manera llevar a cabo prácticas sustentables. Ya que se pretende cuantificar la cantidad de emisiones de GEI, medidas en cantidad de CO₂ producidas en las diversas acciones económicas o en la comercialización de un producto.

Ya que abarca todas las actividades de su ciclo de vida (desde la adquisición de las materias primas hasta que llega al consumidor final) permitiendo a los consumidores decidir qué alimentos comprar en base a la contaminación generada como resultado de los procesos por los que ha pasado.

De ésta manera la huella de carbono, representa un beneficio para la sociedad en general. En donde el gobierno pueda definir políticas en materia ambiental y así determinar iniciativas de ahorro de costos dirigidos a ésta materia. A nivel corporativo, cada vez se toma mayor conciencia de la importancia de una producción sustentable la cual ayuda a aumentar su productividad y su competitividad (Carballo Penela, García Negro, & Doménech Quesada, 2009). Por lo que cada vez existe mayores parámetros para el cuidado del medio ambiente corporativo; se aprecia específicamente con las ISO14000 (ISO, 2004) y el índice de iniciativa del informe global (Barrik, 2009). Sin embargo todo esto queda a nivel de “buena voluntad” y no existen aún sanciones para quienes no instituyan programas ambientales en sus programas productivos.

Uno de los motivos por los cuales no existen sanciones, es la falta de parámetros para poder medir el grado de contaminación de un organismo; razón por la cual desde hace una década se han tratado de implementar diversas metodologías, a fin de poder cuantificar este aspecto.

Su objetivo principal es concientizar a la ciudadanía sobre los perjuicios que ocasionan el dióxido de carbono (CO₂) en el cambio climático y realizar comparaciones entre los países. El concepto de huella de carbono está aún en mesa de debate, ya que todavía no hay un acuerdo mundial sobre su significado, y las diferentes metodologías para calcularlo aún no han sido aceptadas por diversos grupos.

Se pueden identificar dos tipos de huella de carbono: a) primaria: se refiere a las emisiones de CO₂ que el hombre lanza a la atmósfera de forma directa por sus actividades cotidianas; b) secundaria: son las emisiones lanzadas indirectamente, un ejemplo de ello es el consumo de un producto que fue elaborado en otro país.

Huella de carbono en alimentos

A lo largo del siglo XX tuvo lugar la transición de los modelos agrícolas tradicionales de autoabastecimiento y circuitos locales a uno industrial de mercado globalizado. La agricultura industrial se basa en la aplicación de un gran número insumos (pesticidas, fertilizantes y agua), en el empleo intensivo de maquinaria y en los subsidios económicos. Esta situación da como resultado en una primera instancia a que las industrias dedicadas al abastecimiento de éstos productos se fortalezcan pero al mismo tiempo a la degradación del ecosistema. Por el contrario, los modelos agrícolas sostenibles cuidan y conservan sus suelos manteniendo el equilibrio ecológico (Infoagro, 1985). La agricultura industrial, considera el suelo como soporte, por causa de las labores agresivas y del empleo de agroquímicos, el suelo va perdiendo su materia orgánica, que se oxidará y volverá a la atmósfera en forma de CO₂. Además, estos suelos quedarán muertos y resultarán muy vulnerables a la erosión y la desertización.

La agricultura industrial da como resultado la pérdida de la calidad de los alimentos y se refiere específicamente al contenido nutritivo; ya que los abonos químicos alteran la composición de los alimentos. (Infoagro, 1985). Por tal motivo se ha consensado la necesidad de regresar a la actividad agrícola orgánica y el tema de rastreo de emisiones de carbono se está volviendo prioritario. Este punto aparte de servir como certificación; sirve como la propia etiqueta del producto; por lo que hablando mercadológicamente es un vínculo directo entre productor y consumidor.

Para poder llevar a cabo dicha certificación, como primer punto se debe de analizar cada una de las etapas de la vida del producto; para poder identificar en cuál de todas es donde existe mayor emisión de carbono. De ésta manera, todo el sector agroalimentario lleva una cuidadosa trazabilidad no solo a nivel de producción, sino también a nivel de distribución. Los resultados, permiten poder comparar a la empresa con diferentes productos o con las mismas empresas del ramo; así realiza estrategias para poder llevar a cabo planes de reducción en el corto, mediano y largo plazo y así además tener mayor aceptación en mercados nacionales e internacionales.

Certificación de la Huella de carbono

Una vez que se ha definido la huella de carbono y su importancia, como siguiente punto se encuentra poder obtener la certificación; para ello existen diversos programas como el CEMARS: el cual mide las emisiones de GEI de las empresas y organizaciones; comprende las acciones y responsabilidades que tienen con respecto a la emisión de carbono y ponen en marcha planes de gestión para su reducción analizando también la cadena de suministro. Por lo que proporciona recursos y las herramientas necesarias para ayudar a medir, gestionar y mitigar los gases GEI (Carbonzero, 2010).bajo los estatutos establecidos en el ISO14065.

Las ventajas que obtienen los productos cuando obtienen la certificación:

- Ventaja competitiva y acceso al mercado
- Mejora las redes de negocio y el alcance comercial
- Reduce los costos operativos
- Liderazgo empresarial proactivo
- Evita acusaciones de "lavado verde" o "greenwash"
- Ayuda a comprender la posible exposición al riesgo
- Garantiza la tranquilidad con respecto a nueva legislación sobre el cambio climático
- Hace frente a las preocupaciones de consumidores, accionistas e inversionistas
- Ayuda a entender las responsabilidades inherentes a las emisiones de carbono
- Reduce el riesgo de una mala reputación y los costos asociados a ésta
- Permite presentar con confianza sus credenciales de conformidad ambiental y logros en la mitigación de GEI

Dentro de la certificación, existen diversos estándares que se agrupan de acuerdo a lo que se pretende medir, ya sea un producto, servicio u organismo:

- Huella de carbono de una organización - abarca todos los sectores comerciales dentro de la organización: GHG Protocol, ISO 14064-1

- Huella de carbono de productos - abarca las emisiones de gases de efecto invernadero de la organización y del ciclo de vida de los productos: PAS 2050, ISO 14067 (en revisión)

Sistema de Gestión Ambiental	ISO 14067	Conformación ISO 14067
<ul style="list-style-type: none"> •Garantizar una comparación equitativa y evitar interpretaciones erróneas •Se basa en las normas ISO14000 las cuales regulan la gestión ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> •Regulala huella de carbono •Existe un comité técnico, TC 207/SC 7 de la ISO. •Se encuentra trabajando en el segundo borrador del trabajo "Working draft" WD 14067 	<ul style="list-style-type: none"> •Se publicará a finales del 2011 •Lo conforman 2 partes: •Carbon footprint of product--Part 1 Quantication •Carbon footprint of products--Part 2 Communication

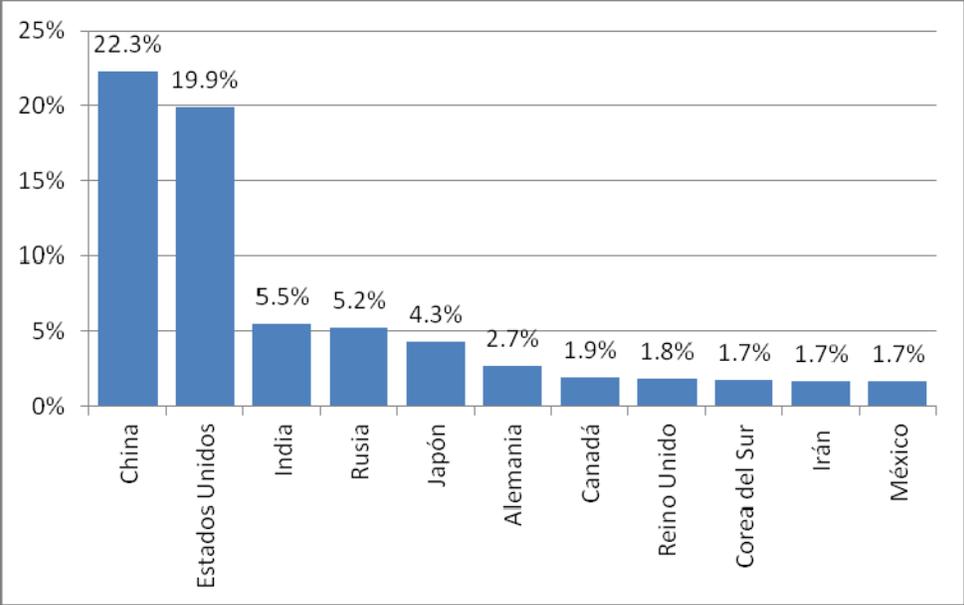
Fuente: elaboración propia.

Emisiones de Carbono

Uno de los compromisos de los países en el protocolo de Kioto, fue la reducción de efectos del cambio climático. De ahí la importancia de medirlo así poder proponer estrategias de reducción; de ésta manera la ONU, a través de los indicadores de objetivos de desarrollo del milenio, muestra la tendencia de los países respecto a las emisiones de carbono per cápita. En el caso de México del año 2000 al 2007 ha tenido un 20% en aumento. En general en América Latina, la generación de energía es básicamente hidroeléctrica. Por otro lado las reservas de carbón generan un elevado porcentaje de emisión de CO₂ y Estados Unidos es uno de los países con mayor reserva de éste mineral (Cortes, 2010) y si a éste le sumamos que sus plantas de energía emiten también una gran cantidad de CO₂, nos da como resultado que sea el segundo país con mayor cantidad de GEI CO₂ generado.

Se puede observar en la figura 1; que China encabeza lista de países con mayor emisión CO₂ fósil; esto principalmente se debe a su gran población, a su acelerado crecimiento económico

Figura 1. Participación en las emisiones mundiales de CO₂



Fuente: Elaboración propia con estadísticas de la ONU, 2009.

La importancia de medir las emisiones de carbono, es dar respuestas oportunas que permitan mitigar sus efectos negativos, razón por la cual se puede compensar esas emisiones en otros sectores. Tal compensación se realiza en primer lugar calculando la huella de carbono del organismo, sector, etc que se desee analizar, los valores que se obtiene de las diferentes fuentes energéticas son traducidas a toneladas/CO₂. Obteniéndose los resultados se implementan estrategias para neutralizarlas, las cuales pueden ser: la compra de créditos de CO₂ a diversos organismos autorizados como lo es la ONU; la reforestación, inversión en proyectos sustentables, programas de eficiencia verde y captura de CO₂. (Corrales, 2010)

Metodología para el cálculo de la huella de carbono en productos agrícolas

De acuerdo al Instituto de Huella de Carbono, éste indicador es uno de los elementos más importantes para poder determinar el grado de emisiones que se producen; por tal motivo, se desarrolló una metodología para poder determinarla denominada MC3; la cual consiste en convertir a carbono todos los tipo de consumos posibles (materia prima, combustibles, servicios, energía, recursos agrícolas, ganaderos, forestales, pesqueros, etc). Fue desarrollada por Doménech (Dómenech, 2007), con la finalidad de poder medir a nivel corporativo la huella de carbono. Dando la posibilidad de expresarla tanto en unidades de superficie como en toneladas de CO₂.

Esta metodología se desarrolló en el año 2000, y se implementó en el año 2004 a las organizaciones. Considera las emisiones directas de las empresas como las indirectas de los servicios que incorporan en su producción y distribución (Carballo Penela, García Negro, & Doménech Quesada, 2009). De ésta manera el análisis va directamente relacionado con el ciclo de vida del producto además de que ésta metodología ayuda a cumplir con la normatividad europea en materia ecológica.

El MC3 en un principio se aplicó en el puerto de Gijón. Posteriormente el propio Doménech y en colaboración de 5 universidades fueron mejorando ésta metodología, implementándola en varios sectores económicos. Actualmente ésta metodología ha sido mejorada e implementada en una segunda versión que incorpora las emisiones del resto de gases de efecto invernadero incluidas en el Protocolo de Kioto, empleando los coeficientes de potencial de calentamiento (GWP) elaborados por el IPCC. De ésta manera el indicador se expresa en toneladas equivalentes del CO₂; por otro lado se incorporaran las emisiones derivadas del uso del suelo como lo son los cultivos, los bosques; los cuales captan el CO₂. (Carballo Penela, García Negro, & Doménech Quesada, 2009)

El método compuesto de las cuentas contables se realiza en una hoja de cálculo para poder estimar la huella de carbono y la CEF (huella ecológica corporativa); se realiza entonces una matriz de consumos superficies en el cálculo de la EF. Así cada una de las filas que

componen la matriz muestra la huella de cada categoría o servicio consumido; mientras que las columnas incluyen las diferentes superficies de la huella.

Tabla 2. Matriz de consumo – superficie de huella de carbono.

	Consumo anual				Productividad		Huella por tipo de ecosistema (concepto/ha)						
	Unidad de consumo	Precio bruto (antes de impuestos)	Tons	Intensidad energética	Natural T/ha/año	Energético G/ha/año	Energía fósil	Tierra cultivable	Pastos	Bosque	Terreno Construido	Mar o cuerpos de agua	Superficie total
Energía													
Electricidad													
Combustibles													
Materiales de construcción													
Servicios													
Residuos y vertidos													
Uso de suelo													
Recursos Agropecuarios													
Recursos Forestales													

Fuente: elaboración propia con datos de: DELOS, 2009.

En la tabla 2, se puede observar que en la primera columna se refiere a las diferentes categorías de productos consumibles. Estos a su vez se dividen en cuatro bloques: consumo energético; donde a su vez la primera categoría se subdivide en seis grupos de uso de suelo; se hace la aclaración que de ahí se puede subdividir tanto como sea necesario. En la siguiente columna, se muestra los consumos de cada producto, cada uno en una unidad de medida específica, por lo que se muestra en la segunda columna, el valor de los consumos en unidades monetarias, en este ejemplo se puso el peso, sin embargo puede ser cualquier moneda; la tercer columna se especifica las toneladas; la cuarta la intensidad energética y la quinta es la energía en gigajulios (Gj) de cada consumo, la cual se obtiene de multiplicar las toneladas de producto, por la cantidad de energía por tonelada empleada en su producción y se expresa así (Gj/t).

Posteriormente en el tercer grupo de columnas se ve la productividad de cada uno de los ítems; ahí se divide en dos uno para la productividad natural, donde se expresa por toneladas por hectárea y otra la productividad energética Gj por ha. En el cuarto grupo, se establece la huella de las diferentes superficies, EF (energía fósil, tierra cultivable, pastos, bosques, superficie construida y mar) La última columna es la huella ecológica total.

Esta metodología consiste en calcular la huella de carbono dentro de la CEF. Tomando en cuenta que la medición de las emisiones de carbono de una empresa requiere de una metodología diferente a las que se estiman para el consumo personal. Las empresas consumen energía, a través de máquinas, electricidad los servicios que utilizan. Este tipo de consumo no puede ser medible con la huella ecológica, pero sí con la de carbono, por no ser bióticos, o sea que provengan de la superficie. Así pues se calcula el impacto de la energía empleada en la producción de los bienes y servicios consumidos por la empresa, a eso le sumamos el consumo directo, los cuales son los que originan la mayoría de la huella de carbono. En el caso de las empresas se requiere calcular los factores de intensidad energética, la cual nos va a indicar la cantidad de energía consumida durante el proceso de producción. Esto lo expresa en gigajulios por tonelada.

Por otro lado, cuando se habla de consumo de recursos naturales, se calcula la energía incorporada en su producción, calculada igual al resto de los bienes, aplicando un factor de

intensidad energética al consumo de recursos agropecuarios, forestales, pesqueros, etc. Se debe de tomar en cuenta que los residuos también se contabilizan, aunque la metodología aún se está ajustando. La huella de energía, aparte de medirla de acuerdo a su producción, se toma en cuenta los servicios que contrata, que corresponde al consumo energético medido en factor monetario. De ahí se pasa a la medida de toneladas de acuerdo al precio de combustibles, aplicando la intensidad energética; posteriormente se compara éste consumo con la cantidad de energía que puede asimilar por hectárea de bosque en relación de las emisiones de dióxido de carbono; el consumo total se transforma a toneladas de CO₂, en relación de los factores de emisión que recogen la cantidad de CO₂ emitida por GJ consumido por cada combustible. (Dómenech, J.L.; González-Arenales, M., 2008).

Con éstos resultados se obtiene en un gran porcentaje la huella de carbono, para terminarla, el método de cálculo, recoge aquellas emisiones derivadas de la deforestación que ocasiona el consumo de recursos forestales como lo son el caucho, la madera, el papel que la empresa realiza. Los recursos que la empresa consume se toman en cuenta también dependiendo de la superficie que se trate como los productos del campo sembrados. En este caso se divide el consumo de cada producto medido en toneladas por la productividad natural de la superficie. Los productos que provienen del bosque, el consumo de los productos contribuye a la disminución de la superficie forestal que tiene capacidad para absorber CO₂. Se menciona entonces que las emisiones no absorbidas derivadas de los consumos de los productos forestales deben de estar en su huella de carbono. El siguiente paso es estimar el CO₂ que se deja de absorber. Existe también el término de contrahuella; debido a que hay operaciones empresariales que no utilizan los recursos naturales como un organismo financiero; se recomienda que reduzcan su huella, reduciendo sus consumos; considerando que tengan espacios naturales y así puedan reducir su huella. Así todo el sector privado puede contribuir a la sustentabilidad. Se contrarresta la CEF cuando las empresas disponen entonces de superficies de cultivos, pastos o cualquier otro recurso natural, a eso se le considera contrahuella. De ésta manera adquiriendo la misma cantidad de alguna de estas superficies en comparación de la propia ya contribuye a ésta reducción. Cuando se adquieren superficies con árboles, se reducen las emisiones CO₂, ya que se considera que la tasa de absorción es de 5,21 tCO₂/ha/año. De este modo, al igual que si a

la CEF le restamos la contrahuella, obtenemos la HE neta, la HCC neta es el resultado de restar a la HCC la cantidad de CO₂ absorbida por las inversiones en contrahuella. (Dómenech, 2007).

Ventajas de la metodología MC3 de cálculo de “Huella de carbono”

El “*método compuesto de las cuentas contables*” o MC3 presenta las siguientes ventajas:

1. Transparencia, pues todos los factores de conversión están “a la vista” en la herramienta entregada (una hoja de cálculo) y puede ser empleado por todo el mundo. Los factores de emisión pueden sustituirse libremente cuando la organización evidencia datos sectoriales más precisos que los incluidos.
2. Objetividad, pues todos los datos de consumos se obtienen directamente a partir de las cuentas contables de la organización.
3. Es un método “compuesto”, lo cual significa que deriva de la huella ecológica lo que otorga valor agregado al indicador ya que permite ofrecer los datos en dos unidades totalmente significativas y comprensibles, como son las hectáreas bioproductivas y las emisiones de CO₂. La huella ecológica está siendo utilizada también a gran escala en todos los países del mundo. Además, varias fuentes de “emisiones indirectas” de carbono solo se pueden obtener a partir de la huella ecológica.
4. Simplicidad en la aplicación, ya que podría considerarse una “extensión” de los métodos más sencillos de huella de carbono basados en los factores de emisión de los combustibles y la electricidad. Una organización que esté calculando su huella de carbono convirtiendo sus consumos de combustibles y de electricidad en base a los factores de emisión disponibles en el mercado (lo más frecuente en estos momentos), no está haciendo otra cosa que dar los primeros pasos para aplicar MC3.
5. Completitud, ya que, partiendo de los cálculos simples, se amplía con la totalidad de categorías de consumo conocidas (o fuentes de emisión). Incluso, como se dijo más arriba, las fuentes derivadas del uso del suelo y del consumo de recursos orgánicos

(aspecto este que no incluyen otros métodos que no utilicen la huella ecológica como factor de conversión).

6. Indicador de la mayor parte de los métodos de cálculo de ciclo de vida de bienes, si no todos, son muy incompletos ya que presentan un “*enfoque al producto*” (como PAS 2050), frente al “*enfoque a la organización*” de la metodología MC3. En el primer caso, el análisis de inventario incluye aquellos materiales, energía y recursos empleados en la obtención o fabricación del producto, excluyendo muchos otros productos y consumos que no son tan evidentes y que parece que afectan más a la organización.
7. Permite el **eco-etiquetado** de bienes y servicios. El cálculo del ciclo de vida así descrito permite ecoetiquetar, ¡con la huella completa! cualquier producto. La principal ventaja del enfoque a la organización es que la transmisión de la información es directa de una empresa a otra, a través del etiquetado.

Acceso a mercados internacionales

Todo indica que la emisión de la huella de carbono será un factor de competitividad relevante en los mercados internacionales ya que se convertirá también en un elemento que podría determinar la posibilidad de que un producto pueda entrar, o no, en un mercado en concreto además de que reduce sus costos operativos. Esta situación mejora las redes de negocio y su alcance comercial, llevándolo hacia un liderazgo empresarial proactivo.

Al proporcionar información sobre los productos, la HDC permite a las empresas dar a conocer sus esfuerzos para combatir el calentamiento global ante los consumidores, inversionistas y demás organizaciones, así como fomentar la sensibilización de los consumidores sobre las emisiones de GEI.

Regulaciones a las Exportaciones Agrícolas

Diversos países han comenzado a implementar diferentes medidas para el etiquetado de huella de carbono. En el caso de Uruguay ha creado un grupo de trabajo para calcular la huella de un grupo de productos claves como son: carne, lácteos y arroz. Reino Unido ha implementado medidas voluntarias de etiquetado de CO₂ como. El Carbon Trust y el PAS

2050 y PAS 2060 Por su parte, a partir de julio de 2011 en Francia comenzará a regir la “Ley Granel II” en donde 16 familias de productos se les requerirá usar la etiqueta huella de carbono de manera experimental y después de un año será obligatorio a todos los demás productos, incluyendo los productos agrícolas que ingresen a ese país; y en toda la Unión Europea, se exigirá el etiquetado de carbono en 2012, con un mayor alcance que la disposición francesa.

Por otro lado, el Congreso de Estados Unidos sigue tramitando el proyecto de ley "Acta de Energía Limpia y Seguridad 2009" que también limitaría el comercio de bienes y servicios basado en la huella del carbono (Samaniego, Page, Schneider, & Tapia, 2010)

Con estas medidas, se logrará disminuir las emisiones de gases efecto invernadero, pero podría tener repercusiones económicas y comerciales en los países en desarrollo. Debido a las trabas arancelarias que impondrán las economías de los países desarrollados a los productos que en sus etapas de producción, transporte, comercialización y consumo, contribuyan a la emisión de gases que provocan el efecto invernadero. Por ello resultan esenciales mayores iniciativas de políticas ambientales, dichas políticas deben incorporar la huella de carbono en su agenda de innovación no sólo para fortalecer su competitividad, sino además para anticiparse a eventuales sesgos proteccionistas en las políticas que sobre este tema se discutan en las economías industrializadas.

Huella de carbono en México

En México, la preocupación por el impacto del cambio climático ha sido parte de la agenda política; por lo cual busca de diferentes maneras demostrar que es posible mitigar las emisiones de GEI. Razón por la cual ha realizado una serie de acciones de corto, mediano y largo plazo. De acuerdo al Programa Especial de Cambio Climático, nuestro país, se requiere de reducir 50 millones de tons de CO₂ anuales a partir del año 2012; para que en el año 2050 logre bajar el 50% del total de sus emisiones; y quede reducido a 2.8 tons emisiones de CO₂ per cápita (GLOBE, 2010).

Para poder llegar a la meta trazada, se requiere en primer lugar un marco normativo regulatorio; en nuestro país existen varias leyes que apoyan y fortalecen la reducción de GEI como Ley para el Aprovechamiento de Energías Renovables y Financiamiento de la Transición Energética. Además la Secretaría de Energía y la de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación desarrollan programas sobre bioenergía que incorporan criterios y lineamientos ambientales que están siendo elaborados por SEMARNAT, para garantizar que los biocombustibles fabricados y usados en México sean sustentables.

Por otro lado, el senado de la República consideró que para frenar el reto del cambio climático, requiere de una ley que obliga a la coordinación de todas las órdenes de gobierno una planeación a largo plazo y la creación de una serie de instrumentos para ayudar al país a medir nuestras emisiones, nuestra vulnerabilidad y a implementar acciones efectivas para enfrentar el cambio climático (SENADO, 2010)

El objetivo principal de la propuesta de la Ley General de Cambio Climático es la de la elaboración de políticas públicas para la mitigación y adaptación del cambio climático y que se pueda dar en la sociedad la reducción de las emisiones de carbono y así cumplir con los acuerdos internacionales. Minimizar los costos del cambio climático y obtener así un mayor bienestar social. Por otro lado se establecieron 16 NOMs que regulan el consumo de energía y dos NOMs que regulan procesos técnicos para reducción de emisiones CO₂.

En el campo del sector energético; se han aplicado diversos programas de ahorro de energía en las diferentes esferas económicas del país, logrando en el periodo 2006-2008 se tuvo un ahorro equivalente a 15.7 millones de barriles equivalentes de petróleo, evitando la emisión de 8.6 millones de toneladas de CO₂ (GLOBE, 2010). Por otro lado, se pudo cuantificar el ahorro eléctrico del programa “horario de verano” habiéndose reducido a 4.5 millones de tons de emisiones de CO₂, cuando anteriormente era de 20.5 millones de tons. En el año 2009, se implementó un programa más en el apoyo y soporte de ahorro de energía: “Programa Especial para el Aprovechamiento de Energías Renovables”

En el área agrícola se han estipulado varios programas que apoyan la reducción de los principales gases de efecto invernadero como son:

- Programa de labranza de conservación.
- Programa de recuperación de suelos salinos.
- Programa de mejoramiento de la productividad de los suelos.
- Programa de ferti-irrigación.
- Establecimiento de praderas con pastos de alta capacidad de captura de carbono

De acuerdo a la SEMARNAT, las autoridades están trabajando en la medición de huella de carbono; la neutralización de las emisiones será a través de programas específicos que se están implementando en Chiapas y Oaxaca; con una compensación a campesinos con \$10 usd por cada tonelada CO₂ que se neutralice; aproximadamente por hectárea reforestada equivale a neutralizar 12 toneladas de CO₂.

Otro programa de apoyo para la conservación y desarrollo forestal es el Programa Pro-árbol, en el cual se ha utilizado para apoyar esquemas de pago por servicios ambientales para la conservación y desarrollo forestal comunitario: el establecimiento de plantaciones forestales comerciales; la protección contra incendios, plagas y enfermedades forestales; la restauración de ecosistemas y el incremento en la competitividad de las actividades silvícolas. Ya que la Comisión Nacional Forestal tiene como objetivos para mitigar emisiones de los Gases de Efecto Invernadero (GEI), incrementar el potencial de los sumideros forestales de carbono; estabilizar la frontera forestal-agropecuaria, y reducir la incidencia de incendios

Por otro lado la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP) impulsó un Programa de Manejo del Fuego en Áreas Protegidas de México; así como la Comisión Nacional para el Conocimiento Uso de la Biodiversidad (CONABIO), el cual maneja una serie de programas como el de Monitoreo en Manglares y Bosques Mesófilos de Montaña; así como el Programa de Detección Temprana de Puntos de Calor.

Las acciones que se realizan en el área agrícola son: las de conservación de suelo, reconversión productiva, la cosecha en verde de caña de azúcar, el fomento a la utilización de energías renovables; y el establecimiento, rehabilitación y conservación de las tierras de pastoreo. (GLOBE, 2010). Para lograr que los productores rurales se sumen a las medidas de mitigación, éstas deben reunir los siguientes requisitos:

- i) Mejorar la producción agropecuaria: eliminando, en la medida de lo posible, las prácticas riesgosas para el medio ambiente, utilizando tecnologías acordes con las características culturales y socioeconómicas de los productores, permitir la regeneración natural de ecosistemas, fomentar la labranza mínima, propiciar cultivos perennes.
- ii) proporcionar mayores beneficios económicos;
- iii) superar las inequidades entre sectores económicos.

Para el caso de Michoacán es importante destacar que se tienen sectores agrícolas de importancia estratégica, así como sectores que pueden incursionar en la certificación de huella de carbono. Los que muestran más posibilidades de insertarse de manera exitosa son los municipios en los cuales se practica una agricultura altamente tecnificada y con rasgos de exportación principalmente. El siguiente apartado muestra los municipios que presentan potencialidad al respecto.

Caracterización global de la agricultura municipal en Michoacán

Una clasificación de la tipología agrícola de manera general se muestra en la siguiente tabla:

Caracterización	Criterio
Agricultura de Manutención	<ul style="list-style-type: none"> - Basada en productos básicos, - predominancia de autoconsumo y venta al mercado local, - Bajos rendimientos inferiores al promedio estatal. - Ganadería extensiva

	<ul style="list-style-type: none"> - Baja infraestructura agropecuaria
Agricultura comercial	<ul style="list-style-type: none"> - Basada en la producción de productos agroindustriales - Producción destinada predominantemente al mercado nacional y extranjero* - Rendimientos agrícolas superiores al promedio estatal y nacional - Ganadería intensiva - Alta presencia de infraestructura agropecuaria
Agricultura Mixta	<ul style="list-style-type: none"> - Basada en la producción comercial de maíz u otro cultivo - Producción destinada a la venta local y nacional - Rendimientos superiores al promedio estatal - Ganadería intensiva y extensiva - Con infraestructura agropecuaria de relativa importancia

Si bien es cierto los criterios mencionados otorgan los elementos para la clasificación del tipo de agricultura practicada por municipios, también es cierto que en el análisis empírico la clasificación muestra determinadas facetas que no necesariamente se ajustan a tal clasificación debido a que se trata de condiciones necesarias, pero no excluyentes. Así por ejemplo un municipio puede tener rendimientos inferiores al promedio estatal, pero a la vez no ganadería extensiva e intensiva, e infraestructura de relativa importancia.

Tabla 3. Clasificación de la agricultura municipal en Michoacán

Municipio	Tipología agrícola	Municipio	Tipología agrícola	Municipio	Tipología agrícola
ACUITZIO	MANUTENCIÓN	HUIRAMBA	MANUTENCIÓN	SANTA ANA MAYA	MIXTA
AGUILILLA	MIXTA	INDAPARAPEO	MIXTA	SALVADOR ESCALANTE	MIXTA
ALVARO OBREGON	MIXTA	IRIMBO	MIXTA	SENGUIO	MIXTA
ANGAMACUITIRO	MIXTA	IXTLAN	MIXTA	SUSUPUATO	MANUTENCIÓN
ANGANGUEO	MANUTENCIÓN	JACONA	COMERCIAL	TACAMBARO	MIXTA
APATZINGAN	MIXTA	JIMENEZ	MIXTA	TANCITARO	COMERCIAL
APORO	MANUTENCIÓN	JIQUILPAN	MIXTA	TANGAMAN DAPIO	MANUTENCIÓN
AQUILA	MANUTENCIÓN	JUAREZ	MIXTA	TANGANCICUARO	MIXTA

ARIO	MIXTA	JUNGAPEO	MIXTA	TANHUATO	MIXTA
ARTEAGA	MANUTENCIÓN	LAGUNILLAS	MANUTENCIÓN	TARETAN	COMERCIAL
BRISEÑAS	MIXTA	MADERO	MANUTENCIÓN	TARIMBARO	MIXTA
BUENAVISTA	COMERCIAL	MARAVATIO	MIXTA	TEPALCATEPEC	MIXTA
CARACUARO	MANUTENCIÓN	MARCOS CASTELLANOS	MIXTA	TINGAMBATO	MANUTENCIÓN
COAHUAYANA	COMERCIAL	LAZARO CARDENAS	MIXTA	TINGUINDIN	MIXTA
COALCOMAN DE VAZQUEZ PALLARES	MANUTENCIÓN	MORELIA	MANUTENCIÓN	TIQUICHEO DE NICOLAS ROMERO	MANUTENCIÓN
COENEO	MIXTA	MORELOS	MANUTENCIÓN	TLALPUJAHUA	MANUTENCIÓN
CONTEPEC	MIXTA	MUGICA	COMERCIAL	TLAZAZALCA	MANUTENCIÓN
COPANDARO	MANUTENCIÓN	NAHUATZEN	MANUTENCIÓN	TOCUMBO	MIXTA
COTIJA	MIXTA	NOCUPETARO	MANUTENCIÓN	TUMBISCATIO	MANUTENCIÓN
CUITZEO	MIXTA	NUEVO PARANGARIC UTIRO	MIXTA	TURICATO	MANUTENCIÓN
CHARAPAN	MANUTENCIÓN	NUEVO URECHO	COMERCIAL	TUXPAN	MIXTA
CHARO	MIXTA	NUMARAN	MIXTA	TUZANTLA	MIXTA
CHAVINDA	MIXTA	OCAMPO	MANUTENCIÓN	TZINTZUNTZAN	MANUTENCIÓN
CHERAN	MANUTENCIÓN	PAJACUARAN	MIXTA	TZITZIO	MANUTENCIÓN
CHILCHOTA	MANUTENCIÓN	PANINDICUARO	MIXTA	URUAPAN	COMERCIAL
CHINICUILA	MANUTENCIÓN	PARACUARO	MIXTA	VENUSTIANO CARRANZA	MIXTA
CHUCANDIRO	MANUTENCIÓN	PARACHO	MANUTENCIÓN	VILLAMAR	MIXTA
CHURINTZIO	MANUTENCIÓN	PATZCUARO	MANUTENCIÓN	VISTA HERMOSA	MIXTA
CHURUMUC	MANUTEN	PENJAMILLO	MIXTA	YURECUAR	COMERCIAL

O	CIÓN			O	AL
ECUANDUR EO	MIXTA	PERIBAN	COMERCI AL	ZACAPU	MIXTA
EPITACIO HUERTA	MIXTA	PIEDAD, LA	MIXTA	ZAMORA	COMERCI AL
ERONGARIC UARO	MANUTEN CIÓN	PUREPERO	MANUTEN CIÓN	ZINAPARO	MANUTEN CIÓN
GABRIEL ZAMORA	COMERCI AL	PURUANDIR O	MIXTA	ZINAPECUA RO	MIXTA
HIDALGO	MANUTEN CIÓN	QUERENDAR O	MIXTA	ZIRACUARE TIRO	MIXTA
HUACANA, LA	MANUTEN CIÓN	QUIROGA	MANUTEN CIÓN	ZITACUARO	MANUTEN CIÓN
HUANDACA REO	MANUTEN CIÓN	COJUMATLA N DE R.	MANUTEN CIÓN	JOSE SIXTO VERDUZCO	MIXTA
HUANIQUE O	MIXTA	REYES, LOS	MIXTA		
HUETAMO	MANUTEN CIÓN	SAHUAYO	MIXTA		
		SAN LUCAS	MANUTEN CIÓN		

Fuente: (Ortiz Paniagua, Mimeo (Documento de Trabajo))

Al respecto los municipios en los cuales se recomienda la promoción de la agricultura con certificación de huella de carbono y reconversión hacia agricultura orgánica son: Buenavista, Coahuayana, Gabriel Zamora, Jacona, Múgica, Nuevo Urecho, Periban, Tancítaro, Taretan, Uruapan, Yurécuaro y Zamora. Si bien se trata de los municipios que presentan una elevada tecnicidad y un porcentaje considerable de Unidades de Producción Rural destinadas a la exportación, en relación a las existentes en el municipio. No obstante, también otros municipios muestran una cantidad importante de Unidades de Producción Rural destinadas a la exportación, aunque con la metodología empleada muestran una tipología de producción mixta. Tales municipios también se pueden considerar para la promoción de Certificados de Huella de Carbono como: Uruapan, Apatzingán, Lázaro Cárdenas o Tacámbaro.

Conclusiones

Uno de los elementos que han tenido implicaciones sobre el calentamiento global y el cambio climático ha sido la agricultura. Debido a lo anterior se han sugerido medidas para mitigar el impacto de las actividades humanas sobre la atmósfera. Cuantificar la huella de carbono de la producción de productos alimenticios, puede apoyar a mejorar la eficiencia en los procesos y reducir las emisiones de Gases Efecto Invernadero.

Una de las medidas previsibles para algunos países importadores de alimentos es la exigencia de certificados de huella de carbono como parte de los requisitos para la adquisición. Es por ello que la iniciativa en actividades agrícolas se constituye como una fuente de competitividad para la agricultura michoacana con potencial de promover e implementar estas medidas.

En México se están tomando medidas para poder obtener la huella de carbono de sus principales productos agrícolas que están posicionados en mercados internacionales como Europa, Japón y Norteamérica. Por lo que cada vez, el tema se vuelve más importante dentro de la agenda política; sin embargo, tomando en cuenta que los países industrializados solicitarán a los productos que ingresen o salga de su territorio, la etiqueta de huella de carbono, se requiere fomentar la competitividad a través de acciones por parte de gobierno y de la iniciativa privada, para poder instrumentar y medir sus emisiones de carbono; y así poder tomar medidas para aquellos productos que no logren tener una reducción en las emisiones CO₂ y que en un futuro puedan ser rechazados por éstas medidas proteccionistas.

Es importante destacar que la implementación de este tipo de medidas no se trata de acciones aisladas sino de una parte del fomento de producción más limpia que promuevan las políticas ambientales, así como las políticas económicas en lo referente a la mejora de procesos.

Las metodologías para la medición de huella de carbono incorporar tanto a la cadena de valor, como la intensidad de la huella, tanto de la actividad en particular, como los efectos

colaterales, como cambio de uso de suelo. En este sentido, se trata de una valuación integral que puesta en marcha presenta una oportunidad sin precedentes para complementar los diagnósticos del sector e implementar medidas de innovación que apoyen a la mejora cualitativa y cuantitativa del mismo.

La certificación de huella de carbono, constituye un elemento de competitividad debido a las tendencias que presenta actualmente el mercado. Por una parte la demanda que exige productos con menor impacto ecológico y ambiental. A la vez que la oferta también inicia un proceso de reconversión productiva hacia formas de menor impacto ecológico y ambiental, como: la agricultura orgánica, la labranza de conservación, la certificación por reducción de emisiones; huella de carbono y captura de carbono.

Bibliografía

Actitud Azul. (2011). Recuperado el marzo de 2011, de <http://www.actitudazul.com/noticias/4729/la-huella-de-carbono-en-la-etiqueta>

Barrick. (2009). *Ambiental Responsabilidad*. Recuperado el octubre de 2010, de Índice de la Iniciativa del informe global (GRI): <http://www.barrick.com/Theme/Barrick/files/ehss/online/2008/sp/griindicatorlist/index.html>

Carballo Penela, A., García Negro, M. d., & Doménech Quesada, J. L. (2009). El MC3 una alternativa metodológica para estimar la huella corporativa del carbono (HCC). (G. E. Académica, Ed.) *DELOS Desarrollo Local Sostenible*, 2 (5), 1-16.

Carbonzero. (2010). *CEMARS Certified*. Recuperado el octubre de 2010, de <http://www.carbonzero.co.nz/action/CEMARScertification.asp>

CEPAL. (25 de agosto de 2010). *Expertoa analizan el impacto de la huella de carbono sobre el comercio internacional*. Recuperado el octubre de 2010, de <http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/prensa/noticias/comunicados/5/40665/P40665.xml&xsl=/prensa/tpl/p6f.xsl&base=/prensa/tpl/top-bottom.xsl>

CEPAL. (3 de septiembre de 2010). *Huella de carbono plantea desafíos a la estructura productiva en países de desarrollo*. Recuperado el 15 de octubre de 2010, de <http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/prensa/noticias/comunicados/0/40730/P40730.xml&xsl=/prensa/tpl/p6f.xsl&base=/tpl/top-bottom.xsl>

CO2Consulting. (2009). *Que es la huella de carbono*. Recuperado el Octubre de 2010, de <http://www.huellacarbono.es/apartado/general/huella-de-carbono.html>

Corrales, Y. (2010). Reducir y compensar la huella de carbono. (ACOPROT, Ed.) *Tecnitour.com*, XXV (140).

Cortes, C. A. (noviembre de 2010). *Los diez países más contaminantes en emisiones CO2*. Obtenido de <http://lacomunidad.elpais.com/cortesamador/2009/3/1/los-diez-paises-mas-contaminantes-en-emisiones-co2->

Cox, M. (2005). *Centro Interamericano para el Desarrollo Rural*. Recuperado el Septiembre de 2010, de <http://www.rimisp.org/FCKeditor/UserFiles/File/documentos/docs/pdf/Precios%20Internacionales%20Agricolas.pdf>

- Dómenech, J. (2007). *Huella ecológica y desarrollo sostenible*. Madrid, España: AENOR.
- Dómenech, J.L.; González-Arenales, M. (2008). La huella ecológica de las empresas: 4 años de seguimiento en el puerto de Gijón. *OIDLES* (1), 1-20.
- Econegocios Forestales. (2011). *CATIE*. Recuperado el Enero de 2011, de econegociosforestales.com:
http://econegociosforestales.com/enf/files/El_Mercado_Estadounidense_para_los_Productos_Agricolas.pdf
- European Crop Protection Association. (Septiembre de 2008). *ECPA*. Recuperado el Junio de 2009, de
http://www.ecpa.eu/files/ecpa/documentslive/18/17608_Humboldt%20University%20Global%20agricultural%20market%20trends%20and%20their%20impacts%20onEU%20agriculture.pdf
- FAO. (2002). *Depósito de Documentos de la FAO*. Recuperado el Octubre de 2010, de Perspectivas para el Medio Ambiente:
<ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/004/y3557S/y3557s00.pdf>
- GLOBE. (2010). *Medidas de Mitigación II*. Obtenido de Globe International Mexico:
http://www.globemexico.org.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=110&Itemid=90
- INEGI. (2010). *Anuario Estadístico del Estado de Michoacán*. Aguascalientes, México: INEGI.
- INEGI. (12 de Octubre de 2008). *INEGI*. Recuperado el Agosto de 2009, de www.inegi.gob.mx
- INEGI. (12 de Octubre de 2010). *Sistema de Cuentas Nacionales*. Recuperado el Octubre de 2010, de Sistema de Cuentas Nacionales: www.inegi.gob.mx
- Infoagro. (1985). *Agricultura ecológica*. Recuperado el octubre de 2010, de http://www.infoagro.com/agricultura_ecologica/agricultura_ecologica.htm
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (Abril de 2011). *IICA*. Recuperado el Abril de 2011, de <http://iica.int/Esp/organizacion/LTGC/Documentos%20de%20Liderazgo%20Tcnico/Principales%20tendencias%20de%20la%20agricultura%20y%20la%20vida%20rural%202007.%20Resumen.pdf>

ISO. (2004). *ISO 14000 Essentials*. Recuperado el 2010, de http://www.iso.org/iso/iso_14000_essentials

llach Valdivieso, D. (28 de agosto de 2009). *Huella de Carbono*. Recuperado el septiembre de 2010, de <http://impactopositivo.bligoo.com/content/view/593095/TODO-SOBRE-EL-FOOTPRINT-O-HUELLA-DE-CARBONO.html>

Ortiz Paniagua, C. F. (Mimeo (Documento de Trabajo)). *Caracterización Agrícola de Michoacán*. Morelia, Michoacán, México: En proceso.

PROCHILE. (6 de mayo de 2010). *Apoyo para certificación de huella de carbono*. Recuperado el octubre de 2010, de <http://www.chilecece.cl/2010/05/apoyo-para-certificacion-de-huella-de-carbono>

Samaniego, J., Page, H., Schneider, H., & Tapia, C. (2010). *La huella de Carbono y América Latina*. Obtenido de CEPAL: <http://www.ambienteycomercio.org/?p=520>

SENADO. (2010). Ley General de Cambio Climático. *Teorema Ambiental* , 40-42.

Timmer, P. (2006). *Chile Potencia Alimentaria*. Recuperado el Agosto de 2009, de <http://www.chilepotenciaalimentaria.cl/content/view/1369/Tendencias-de-la-agricultura-en-la-era-de-la-globalizacion.html>

Villafán Vidales, K. B. (2006). *Competitividad, Reconversión Productiva y Mercado Internacional del Aguacate Orgánico Michoacano, 2004-2006*. Morelia: Tesis de Maestría en Ciencias en Comercio Exterior, Biblioteca del ININEE-UMSNH.

LEGISLACION PARA PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE

Ma. Yolanda Hernández Bucio mayolb15@hotmail.com

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Angélica Guadalupe Zamudio de la Cruz angyzamudio@hotmail.com

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

RESUMEN

Es importante que al momento de tomar decisiones para formar una nueva empresa se tome en cuenta cuál será el impacto que ésta va a generar en relación con el medio ambiente, es decir, se debe de considerar no dañar a la madre naturaleza, toda vez que cuando se alteran los ecosistemas existentes, esto tiene como consecuencia un desequilibrio natural, generando casos fortuitos que no son fáciles ni de prevenir ni de controlar, por lo tanto tenemos que ser respetuosos al momento de tomar decisiones empresariales, empezando por hacer un estudio ambiental con el objetivo de convencerse de que dicho proyecto no dañará como ya se dijo a la naturaleza.

PALABRAS CLAVE:

MEDIO AMBIENTE, ECOSISTEMAS, LEGISLACION AMBIENTAL, NATURALEZA
ABSTRACT

It is important when making decisions to form a new company which will take into account the impact it will generate in relation to the environment, therefore, it should be considered not to harm mother nature, since when altering existing ecosystems, this results in a natural imbalance, causing unforeseen circumstances that are not easy to prevent or control, so we have to be respectful when making business decisions, beginning with a study environmental in order to be convinced that this project will not harm as stated in nature.

KEY WORDS

ENVIRONMENT, ECOSYSTEMS, ENVIRONMENTAL LEGISLATION, NATURE

INTRODUCCION

Es fundamental, para entender la importancia de la materia, recordar que el hombre vive en un medio ambiente natural (el planeta tierra), que es su base de vida y desarrollo.

El hombre está inserto y se desarrolla en un medio que lo condiciona y al cual a su vez modifica con su acción.

El hombre que es parte de la naturaleza debe vivir en armonía con ella, esto significa que las actividades humanas deben desenvolverse de tal manera que sean compatibles con el mantenimiento y mejoramiento del entorno ecológico que lo sustenta y condiciona.

Los componentes esenciales del medio ambiente son: el agua, el aire, la tierra y los seres vivos, los cuales se hallan en estrecha relación, proporcionando a la Biósfera el equilibrio necesario para que las distintas formas de vida se mantengan y desarrollen.

La alteración de tales componentes perjudica dicho equilibrio ecológico y puede ocasionar graves daños a cualquier forma de vida y, en todo caso, deteriorar la calidad de vida humana.

Ciertas alteraciones se han venido produciendo en mayor o menor medida en el medio humano durante las últimas décadas por la aplicación de políticas culturales, sociales y económicas que no tienen suficientemente en cuenta el "impacto medioambiental" de determinadas formas abusivas de explotación de los recursos naturales, de la utilización de

determinadas sustancias, industrias y tecnologías potencialmente dañinas y de la preferencia por energías "no limpias".

Las repercusiones económicas de las sequías o las inundaciones hacen peligrar la seguridad alimentaria, puesto que se produce la disminución o desaparición de alimentos básicos, no existiendo áreas cultivables debido a la erosión de los suelos, desertificación, la desertización, etc.

DESARROLLO

En este contexto se ha desarrollado el Derecho ambiental que consiste en un grupo de reglas que resuelven problemas relacionados con la conservación y protección del medio ambiente y de lucha contra la contaminación.

Según el tratadista de Derecho ambiental Raul Brañes *“es el conjunto de normas jurídicas que regulan las conductas humanas que pueden influir de una manera relevante en los procesos de interacción que tienen lugar entre los sistemas de organismos vivos y sus sistemas de ambiente mediante la generación de efectos de los que se espera una modificación significativa de las condiciones de existencia de dichos organismos”*.

La aspiración del Derecho Ambiental es regular la relación del hombre con la naturaleza, codificándola, sobre la base de los elementos comunes que diversas leyes hasta hoy vigentes han regulado por separado, incluso a veces en oposición (leyes del suelo, de yacimientos minerales, de bosques, etc).

La institucionalización de la protección ambiental en su sentido ecológico tiene como punto de partida la Conferencia de Estocolmo de 1972, convocada por las Naciones Unidas.

El principio número uno de su Declaración enuncia que: "El hombre tiene un derecho fundamental a la libertad, a la igualdad, y a condiciones de vida satisfactorias en un ambiente cuya calidad de vida le permita vivir con dignidad y bienestar, y tiene el deber solemne de proteger y mejorar el medio ambiente de las generaciones presentes y futuras".

Otro hito importante en la institucionalización de la tutela ambiental, es el informe producido en el año 1987 por la Comisión BRUNDTLAND, donde se formuló la propuesta de "un desarrollo sustentable que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las futuras generaciones para satisfacer las suyas".

Estos dos principios básicos son los pilares sobre los cuales se asienta la construcción institucional que fundamenta al Derecho Ambiental.

El Derecho Ambiental es así una nueva rama del Derecho, cuyo carácter interdisciplinario lo nutre de los principios de otras ciencias, como la ecología, la sociología, y la economía.

El núcleo del Derecho Ambiental se caracteriza por su afán protectorio del medio ambiente que rodea al hombre, a los fines de que este medio sirva para satisfacer las necesidades de la sociedad actual sin desatender su protección para el posterior aprovechamiento por parte de las generaciones futuras. En otras palabras, se trata del derecho del hombre a vivir, en el presente y proyectando su futuro como especie, en un ambiente sano.

EVALUACION DEL IMPACTO AMBIENTAL

Es el procedimiento técnico-administrativo que sirve para identificar, prevenir e interpretar los impactos ambientales que producirá un proyecto en su entorno en caso de ser ejecutado, todo ello con el fin de que la administración competente pueda aceptarlo, rechazarlo o modificarlo. Este procedimiento jurídico administrativo se inicia con la presentación de la

memoria resumen por parte del promotor, sigue con la realización de consultas previas a personas e instituciones por parte del órgano ambiental, continúa con la realización del EIA (Estudio de Impacto Ambiental) a cargo del promotor y su presentación al órgano sustantivo. Se prolonga en un proceso de participación pública y se concluye con la emisión de la DIA (Declaración de Impacto Ambiental) por parte del Órgano Ambiental.

El EIA se aplica a actividades y proyectos de desarrollo que sean emprendidos por el sector público o privado.

La evaluación del impacto ambiental surge en el fin de los años 60 en Estados Unidos con el nombre de “environmental impact assessment” (E.I.A.)

Antecedentes en México

7 de junio de 1988. Se publica por primera vez en México, el primer Reglamento de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente en materia de Impacto Ambiental.

13 de diciembre de 1996, se incorporó el concepto de sustentabilidad, el cual quedó inscrito en varios capítulos del Título Tercero, el Aprovechamiento Sustentable de los Recursos Naturales de la LGEEPA

23 de mayo del 2002, modificaciones a la LGEEPA. Para obtener la autorización en materia de impacto ambiental se deberá presentar una manifestación de impacto ambiental.

El EIA se refiere siempre a un proyecto específico, ya definido en sus particulares tales como: tipo de obra, materiales a ser usados, procedimientos constructivos, trabajos de mantenimiento en la fase operativa, tecnologías utilizadas, insumos, etc.

Ha demostrado ser una herramienta fundamental para mejorar la viabilidad a largo plazo de muchos programas y proyectos de desarrollo. Además, su uso puede contribuir, de manera definitiva, a evitar errores u omisiones que pueden implicar altos costos ambientales, sociales y/o económicos.

Evaluación del Impacto Ambiental

(Propuesta)

El ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL (EIA) Es un estudio técnico, objetivo, de carácter pluri e interdisciplinario, que se realiza para predecir los impactos ambientales que pueden derivarse de la ejecución de un proyecto, actividad o decisión política permitiendo la toma de decisiones sobre la viabilidad ambiental del mismo.

El estudio del impacto ambiental puede hacerse en varias etapas, en paralelo con las etapas de la intervención que se pretende evaluar.

Estudio de impacto ambiental preliminar

Los estudios de impacto ambiental son desarrollados con información bibliográfica disponible que reemplaza al EIA en aquellos casos en que las actividades no involucran un uso intensivo ni extensivo del terreno, tales como la aerofotografía, aeromagnetometría, geología de superficie, o se trate de actividades de reconocido poco impacto a desarrollarse en ecosistemas no frágiles.

Estudio de impacto ambiental parcial

Análisis que incluye aquellos proyectos (obras o actividades) cuya ejecución pueda tener impactos ambientales que afectarían muy parcialmente el ambiente y donde sus efectos negativos pueden ser eliminados o minimizados mediante la adopción de medidas conocidas y fácilmente aplicables.

Estudio de línea de base o diagnóstico socio-ambiental

Consiste en un diagnóstico situacional que se realiza para determinar las condiciones ambientales de un área geográfica antes de ejecutarse el proyecto, incluye todos los aspectos bióticos, abióticos y socio-culturales del ecosistema. Se trata de realizar un inventario detallado del componente biótico y definición o caracterización del componente abiótico.

Estudio de impacto ambiental detallado

Análisis que incluye aquellos proyectos (obras o actividades) cuya ejecución puede producir impactos ambientales negativos de significación cuantitativa o cualitativa, que ameriten un análisis más profundo para revisar los impactos y para proponer la estrategia de manejo ambiental correspondiente.

Declaración de Impacto Ambiental (DIA)

La hacen los organismos o autoridades medioambientales a las que corresponde el tema después de analizar el Estudio de Impacto Ambiental y las alegaciones, objeciones o comentarios que el público en general o las instituciones consultadas hayan hecho. La base para la DIA es el Estudio técnico, pero ese estudio debe estar disponible durante un tiempo de consulta pública para que toda persona o institución interesada lo conozca y presente al organismo correspondiente sus objeciones o comentarios, si lo desea. Después, con todo este material decide la conveniencia o no de hacer la actividad estudiada y determina las condiciones y medidas que se deben tomar para proteger adecuadamente el ambiente y los recursos naturales.

La Evaluación de Impacto Ambiental es un proceso formal conducido y controlado por una autoridad de aplicación gubernamental, mientras que los Estudios de Impacto Ambiental generalmente son responsabilidad del proponente del emprendimiento, sea éste del sector público o privado.

En algunos supuestos, la EIA requiere de la participación de equipos multidisciplinarios.

En otros casos, una comisión independiente.

La EIA en México ha tenido una evolución en su forma de desarrollo y cuantificación que ha estado asociada a la propia evolución de la Legislación Ambiental y de las Instituciones Ambientales Nacionales y locales encargadas de su instrumentación.

La entidad responsable de su gestión es la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT).

El propósito de la EIA está bien definido en la Ley General de Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente y en su Reglamento en la materia, orientado a la protección de ecosistemas y de recursos naturales.

El siguiente paso a instrumentar en la evolución de la EIA en México sería la Evaluación Ambiental Estratégica (EAE) considerada a nivel mundial como la Evaluación Ambiental de Planes y Proyectos de Desarrollo., que implicaría la integración de una verdadera Política de Estado con orientación sustentable reconociendo las condiciones ambientales mas adecuadas para promover y generar desarrollo en el país bajo una óptica de verdadera sustentabilidad.

LEY AMBIENTAL Y DE PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO NATURAL DEL ESTADO DE MICHOACÁN DE OCAMPO

Capítulo III

De la Evaluación del Impacto y Riesgo Ambiental

Artículo 33.

La realización de obras o actividades pública o privadas, que puedan causar daños al ambiente, deberán sujetarse a la autorización previa de la manifestación de impacto ambiental otorgada por la Secretaría.

Sección I

Del Impacto Ambiental

Artículo 34.

Corresponde a la Secretaría, evaluar el impacto ambiental a que se refiere el artículo anterior de esta Ley, tratándose de las siguientes obras y actividades:

- I. Obras públicas y privadas destinadas a la prestación de servicios públicos de competencia estatal o municipal;
- II. Obras hidráulicas y vías de comunicación de jurisdicción estatal y municipal, incluidos los caminos rurales;
- III. Zonas, corredores y parques industriales de competencia estatal;
- IV. Establecimiento de industrias de competencia estatal;
- V. Exploración, extracción y procesamiento de minerales de competencia estatal;
- VI. Desarrollo turísticos, recreativos y deportivos, públicos y privados;
- VII. Obras o actividades para las que se requiera el cambio de uso de suelo en áreas no comprendidas en los programas de desarrollo urbano municipal y no reservadas a la Federación, caso en el cual, deberá presentarse un estudio de impacto ambiental, mismo que será evaluado por la Secretaría;
- VIII. Fraccionamientos, conjuntos habitacionales y nuevos centros de población;
- IX. Obras en áreas naturales protegidas de jurisdicción estatal;
- X. Construcción de expendios de distribución de gasolinas, diesel y de gas, de competencia estatal;
- XI. Obras o actividades que su control no se encuentre reservado a la Federación, que puedan causar daños al ambiente y daños a la salud pública o rebasar los límites y condiciones establecidos en la normatividad vigente; y,
- XII. Instalación, construcción y habilitación de las instalaciones de fuentes emisoras de radiación electromagnética

Artículo 35.

Para la obtención de la autorización en materia de impacto ambiental, los interesados deberán presentar ante la Secretaría, un estudio de impacto ambiental que atendiendo a las características de las obras y actividades a evaluar, podrá presentarse en las siguientes modalidades:

- I. Manifestación de impacto ambiental Regional; y,
- II. Manifestación de impacto ambiental Particular.

El contenido y alcance de estas modalidades será establecido en el Reglamento de la presente Ley, así como las obras y actividades que no requieran someterse a la evaluación del impacto ambiental, en cuyo caso deberá presentarse un informe preventivo.

La Secretaría emitirá las guías metodológicas para la elaboración de los estudios de impacto ambiental conforme a lo que el Reglamento establezca.

Artículo 36.

Una vez presentado el estudio de impacto ambiental, la Secretaría revisará que la solicitud se ajuste a las formalidades previstas en esta Ley, su Reglamento, otras leyes aplicables, las normas oficiales mexicanas y las normas estatales ambientales que resulten aplicables, las normas oficiales mexicanas y las normas estatales ambientales que resulten aplicables, e integrará el expediente respectivo en un plazo no mayor de quince días hábiles.

Cualquier persona podrá consultar el expediente correspondiente, siempre y cuando no se afecten los derechos de propiedad industrial, intelectual y los derechos de terceros.

Artículo 37.

Cumplidos los requerimientos establecidos en las garantías emitidas por la Secretaría, se iniciará formalmente el proceso de evaluación del estudio de impacto ambiental de que se trate y la Secretaría emitirá el resolutive correspondiente en un plazo no mayor a treinta días hábiles.

Si después de la presentación de un estudio de impacto ambiental se realizan modificaciones al proyecto de la obra o actividad respectiva, los interesados deberán notificarlo por escrito ante la Secretaría y sustentar las razones de los cambios, a fin de que ésta les informe lo procedente.

Artículo 38.

Dentro del plazo establecido en el artículo anterior, la Secretaría a solicitud expresa, podrá llevar a cabo una consulta pública, respecto de los proyectos sometidos a su consideración a través de un estudio de impacto ambiental, conforme a las bases que se establezcan en el Reglamento respectivo.

Artículo 39.

Para la autorización de la manifestación de impacto ambiental, la Secretaría se sujetará a lo dispuesto en los ordenamientos ecológicos territoriales, en los programas de desarrollo urbano, en las declaratorias de áreas naturales protegidas y demás normatividad que resulte aplicable.

Asimismo, para la autorización a que se refiere este artículo, la Secretaría deberá evaluar los posibles efectos de dichas obras o actividades en el o los ecosistemas de que se trate, considerando el conjunto de elementos que los conforman y no únicamente los recursos que, en su caso, serían sujetos de aprovechamiento o afectación.

Artículo 40.

Una vez evaluado el estudio de impacto ambiental, la Secretaría emitirá la resolución correspondiente en la que podrá:

- I. Otorgar la autorización en materia de impacto ambiental para la ejecución de la obra o la realización de la actividad de que se trate, en los términos solicitados; o,
- II. Negar dicha autorización

Artículo 41.

La Secretaría, en coordinación con los ayuntamientos que correspondan, supervisará durante la realización y operación de las obras el cumplimiento de las medidas de mitigación contenidas en la manifestación de impacto ambiental.

Artículo 42.

La Secretaría podrá exigir la contratación de un seguro de responsabilidad civil por daños al ambiente o el otorgamiento de garantías respecto del cumplimiento de las condiciones establecidas en las autorizaciones de las manifestaciones de impacto ambiental que otorgue, tratándose de las materias cuya realización pueda producir afectaciones graves a los ecosistemas.

CONCLUSIÓN

Los conflictos ambientales internacionales serios que se han presentado como el accidente en 1984 de la planta química de Bhopal en la India, el accidente en 1989 de la central nuclear de Chernobyl en Rusia y el reciente derramamiento de petróleo entre otros, nos deben servir como experiencia, para reducir el riesgo de que puedan ocurrir eventos similares, para asegurar el bienestar ecológico de las futuras generaciones, por lo tanto es recomendable tomar en cuenta el estudio de impacto ambiental que sugiere la legislación, dándole de esa manera un lugar a la naturaleza y un respeto que además se merece.

BIBLIOGRAFIA

- Ley General Del Equilibrio Ecológico
- Ley Ambiental y de Protección del Patrimonio Natural del estado de Michoacán de Ocampo
- Raúl Brañes. “Derecho Ambiental” (2009). Editorial Porrúa. México, D.F.
- Baumol W (1988). The theory of Environmental policy. 2d ed. Cambridge University press, Cambridge.
- Braden J. B. (1988) Nonpoint pollution and politics: The rol of economic incentives.
- In Nonpoin pollution (1988) Policy, Economy, Management and appropriate Technology, V. Novotny, Ed. American Water Resources Association, Bethesda.
- Brown L.R et al. (1990) State of the World. A Worldwatch institute Report on progress toward a sustainable Scociety, Norton, New York.
- Cauffield, H.p. Jr (1991) Problem of non point source agricultural water pollution: Toward a hypothetical federal legislative solution, WRB 27(3): 447-452.
- Kneese, A., Bower (1968): Managing Water Quality: Ecnomic, Technology, Institutions, John Hopkins University Press, Baltimore, MD.
- Novotny, V., ed (1988); Political, Institutional an Fiscal Alternatives for Nonpoint Pollution Abatment Pogramas, Proceeding, Symposium, Marquetter University Press, Milwaukee, WI.
- Organization for Economic Cooperation and Development (1991): The State of the Enviroment, OECD, Paris, France.
- Sollow, R. R. (1991): The economist’s approach to pollution and its control. Science 173: 497-503.
- US EPA (1989): Nonpoint Sources: Agenda for the Future, Office of Water, US EPA, Washington D.C.
- Viessman, W., Jr. and C. Welty (1985): Water Management-Technology and Institutions, Harper & Row, New York.

LA LICENCIATURA EN CONTADURÍA DE LA UNACAR, SU RESPONSABILIDAD CON EL MEDIO AMBIENTE Y EL DESARROLLO SUSTENTABLE.

José Joaquín Maldonado Escalante jmaldonado@pampano.unacar.mx
Universidad Autónoma del Carmen

Nancy Verónica Sánchez Sulú nsanchez@pampano.unacar.mx
Universidad Autónoma del Carmen

Carmela Montiel Cabrera cmontiel@pampano.unacar.mx
Universidad Autónoma del Carmen

Resumen:

La Contaduría es una profesión que por su formación, posee las competencias para preparar la información necesaria para que sean tomadas las decisiones tomando en cuenta las dimensiones económica, social y ambiental, que están estrictamente vinculadas con el Desarrollo Sustentable. Desafortunadamente en la actualidad los sistemas contables solo consideran la dimensión económica. El contador público podrá promover una mejor legislación ambiental y mejores sistemas contables y financieros, que permitan el diseño de indicadores más eficientes para evaluar el impacto en el ambiente, de las actividades productivas empresariales o participar en la investigación constante en busca de mejores herramientas (normas financieras y ambientales) para controlar e informar aspectos ambientales. Hoy en día, el desarrollo económico y social, así como la problemática ambiental obligan a que las instituciones de educación superior en México realicen mayores esfuerzos para lograr una cultura de calidad. Por lo tanto, las instituciones de nivel superior deben de ocuparse por preparar en forma integral a los futuros profesionistas para que sean competentes y contribuir al desarrollo sustentable. Por lo cual las Instituciones de Educación Superior deben reforzar el conocimiento en el área ambiental del Licenciado en Contaduría ya que es un campo de actuación que está ofreciendo muchas oportunidades de participación en las organizaciones públicas y privadas para contribuir al desarrollo sustentable.

Palabras clave: Contaduría, Contabilidad Ambiental, Desarrollo Sustentable.

Abstract

Accountancy is a profession that comprises competences to prepare the necessary information in order to take decisions considering the economic, social and environmental dimensions, which strictly link up the Sustainable Development. Unfortunately, nowadays the accountancy systems only consider the economic dimension. The public accountant will be able to promote a better environmental legislation and better accountant and financial systems, which allow the design of most efficient indicators to evaluate the impact of the productive industrious activities in the environment or to take part in the constant investigation in search of better tools (financial and environmental regulations) to control and to inform environmental aspects. Nowadays, economic and social developments, as well as environmental problems, compel the tertiary education institutions in Mexico to make greater efforts to instill a culture of quality. As a consequence, tertiary education

institutions must be concerned with preparing future professionals in a more integral form in order to be competent and contribute to the sustainable development. For this reason, tertiary education institutions must reinforce knowledge in the environmental area in their Accountancy Program, since it is a field of action that offers many opportunities of participation in public and private organizations to contribute to the sustainable development.

Key words: Accountancy, environmental Accounting, Sustainable Development

Desarrollo del trabajo

Introducción

Los modelos económicos que se han seguido a través de la historia han provocado una explotación indiscriminada de los recursos naturales que nos proporciona el medio ambiente, en beneficio de unos cuantos y de seguir en ese sentido el futuro es incierto, ya que está en peligro la supervivencia del planeta. La población cada es mayor y el crecimiento económico no es suficiente para satisfacer sus necesidades, por lo que se tienen que buscar mejores alternativas de crecimiento económico, pero cuidando la preservación de los recursos naturales.

Según Solano y Frutos (2005). Ante la magnitud de los problemas ambientales en el contexto nacional, y sobre todo de la región sureste mexicana, la educación se convierte en el medio adecuado para comprenderlos, corregirlos, y dado el caso, prevenirlos. Entonces el papel de la educación en general, y del saber ambiental en lo particular, es reconstruir y proyectar esos vínculos indisolubles de un mundo interconectado de procesos ecológicos, culturales, tecnológicos, económicos y sociales. El saber ambiental, por lo tanto, debe cambiar la percepción del mundo basada en un pensamiento único y unidimensional, que se encuentra en la raíz de la crisis ambiental, por un pensamiento de la complejidad.

Actualmente las instituciones educativas y principalmente las universidades públicas en América latina, están enfrentando políticas económicas y educativas que privilegian la formación profesional y la generación de conocimientos en función de su valor en el mercado. Ello ha obstaculizado la incorporación del saber ambiental en las instituciones educativas y, por ende, la formación de recursos humanos capaces de comprender y resolver los problemas socioambientales (Leff, 2002).

La Universidad Autónoma del Carmen (UNACAR), se encuentra ubicada en Ciudad del Carmen, es una institución de educación superior, pública, autónoma, con vocación científica, tecnológica, humanista y abierta a la cooperación nacional e internacional. Ciudad del Carmen se localiza en el Municipio de Carmen, del Estado de Campeche, es uno de los lugares más importantes del país, debido a la actividad económica de la industria petrolera, ya que según datos de Petróleos Mexicanos, de esta zona se obtiene el 83% de la

producción nacional de petróleo. El Municipio de Carmen, se encuentra ubicado en el Área Natural Protegida de Flora y Fauna “Laguna de Términos”, la cual es considerada como uno de los ecosistemas lagunares estuarinos mas extensos e importantes de México, con una extensión de 706,177 hectáreas y cuenta con una alta biodiversidad con alrededor de 374 especies de plantas y 1468 de animales. (Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2004). El turismo sustentable es una alternativa viable para consolidar el desarrollo económico y social del Municipio, debido a la abundancia de recursos naturales por estar inmerso en un Área Natural Protegida, ofreciendo la oportunidad de crear los servicios e infraestructura necesarios para incentivar las inversiones en proyectos de negocios turísticos (turismo ecológico) para beneficio de los nativos de la región, que poco se han visto favorecidos por las oportunidades que brinda la explotación del petróleo. El impacto ambiental provocado por la actividad económica de la industria petrolera y el estar en un Área Natural Protegida con una serie de recursos naturales que cuidar, hace indispensable que las instituciones de educación superior desarrollen recursos humanos que contribuyan a lograr un mejor aprovechamiento de los mismos en un marco de sustentabilidad y de responsabilidad social.

La Misión de la Universidad Autónoma del Carmen es: Formar ciudadanos libres, aptos para resolver problemas a la sociedad, capaces de generar y aplicar los nuevos adelantos científicos y tecnológicos. Formar personas talentosas que cultiven el desarrollo físico e intelectual para toda la vida, honestos, aptos para labrarse un futuro personal, digno y exitoso. Formar personas con espíritu de servicio, compromiso con el medio ambiente, competentes para contribuir al beneficio social, cultural, económico y político del Municipio de Carmen, de Campeche y de México. (UNACAR, 2009 p. 46).

El Programa Educativo define el perfil del egresado de la Licenciatura en Contaduría de la UNACAR como: “un profesional que domina la normatividad contable, financiera y fiscal, diseña y supervisa el funcionamiento de sistemas de información que satisfacen las necesidades de usuarios internos y externos, asesora o toma las decisiones que permitan a las organizaciones nacionales e internacionales ser y crecer dentro de un marco de ética y responsabilidad social.” (Op. Cit. 2010)

Es precisamente en cumplimiento de su responsabilidad social, que el licenciado en contaduría debe adoptar una actitud proactiva preocupándose por cuidar el impacto ambiental negativo que puedan causar las empresas (minimizándolo) y a la vez promoviendo que las mismas adopten normas y estándares ambientales, que vayan más allá que la regulación existente. Y su actitud tendrá que ser, ir más allá, porque desafortunadamente en nuestro país poseedor de inmensas riquezas naturales, la legislación para la protección del medio ambiente es muy incipiente, en comparación de lo que está ocurriendo en otros países como Canadá, Estados Unidos y sobre todo en los países europeos; donde desde hace muchos años han tomado muy en serio la protección al medio ambiente.

Por lo anterior y derivado de la revisión que actualmente se está haciendo para la Mejora del Programa Educativo de la Licenciatura en Contaduría, por parte de la Academia de

Contabilidad de la FCEA de la Universidad Autónoma del Carmen, se tiene el siguiente planteamiento: Existe la necesidad de incluir en el mapa curricular del programa educativo de la Licenciatura en Contaduría el curso de Contabilidad Ambiental.

Objetivo

Desarrollar una propuesta de inclusión del curso de Contabilidad Ambiental para tener contadores mejor preparados en materia ambiental y desarrollo sustentable.

Método

El procedimiento seguido fue, hacer una investigación documental utilizando el método deductivo en dos pasos secuenciales. El primer paso fue hacer una revisión bibliográfica de los conceptos de contaduría, contabilidad ambiental y desarrollo sustentable así como la relación existente entre ellos. El segundo paso consistió en analizar los cursos del programa educativo y de otros programas educativos de contaduría, así como los cursos de contabilidad ambiental en otras instituciones, para evaluar su pertinencia y su posibilidad de contribuir al desarrollo de la competencia en la dimensión ambiental de los estudiantes de contaduría. Se tiene como objeto de estudio, el programa educativo de la Licenciatura en Contaduría.

Marco de referencia

Una serie de factores convergen para colocar el tema de la gestión sustentable en el reflector, no solo para enfrentar los retos de un creciente marco regulatorio, mayores demandas de la sociedad por un crecimiento sustentable y el imperativo de obtener resultados financieros en línea con las expectativas de los accionistas, sino también para aprovechar oportunidades en nuevos mercados, innovación tecnológica y el acceso a capitales que buscan ser invertidos en empresas que respondan de manera favorable a su impacto social y ambiental (Ospino Velázquez, 2008)

La Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (Comisión Brundtland) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en 1987 publica su informe “Nuestro futuro común” en donde se plantea la necesidad de un nuevo paradigma que considere aspectos económicos, sociales y medioambientales: el desarrollo sustentable; este informe lo define como “aquel que permite satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”.

Más recientemente en el Informe del Desarrollo Humano (2003) por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, expone que para garantizar la sostenibilidad de la tierra y el desarrollo de los países, los patrones de producción y de consumo perjudiciales deben de cambiar, bajo criterios ecológicos que se modere su consumo excesivo que pone en peligro los ecosistemas, plantas y animales; con políticas inteligentes, como las políticas públicas que son el conjunto de decisiones cuyo objetivo es la distribución de determinados

bienes o recursos, que se encuentran en juego que pueden afectar o privilegiar a determinados individuos o grupos (Kauffer, 2002).

En materia de Normatividad ambiental a nivel mundial existe la ISO 14 001, elaborada por la Organización Internacional de Normalización, la cual es una norma voluntaria, que exige la auditoria de una organización externa a la empresa para verificar el cumplimiento de los requisitos mínimos para implementar un sistema de gestión ambiental. El cumplimiento de esta norma eleva la competitividad de la empresa a nivel nacional e internacional (Sotomayor, Sotelo & Sotomayor, 2008).

En México para garantizar la sustentabilidad de las actividades económicas se han emitido Normas Oficiales de carácter Ambiental y la Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente (LGEEPA). Le corresponde a la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) dirigir los esfuerzos de las dependencias de la Administración Pública Federal para desarrollar las políticas que estimulen el desarrollo sustentable (SEMARNAT 2009).

La SEMARNAT en México, fomenta la protección, la restauración y la conservación de los ecosistemas y recursos naturales, para propiciar su aprovechamiento en un entorno de desarrollo sustentable, y tiene como actividades sustantivas, formular políticas de protección al medio ambiente y el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales. (Op. Cit. 2009).

Ante la magnitud de los problemas ambientales en el contexto nacional, para Frutos y Solano (2005), la educación se convierte en el medio adecuado para comprenderlos, corregirlos. Por lo que en la elaboración de los planes de estudio deberían incluirse criterios y conceptos ambientales que le permitan al alumno relacionar los aprendizajes obtenidos a lo largo de su formación profesional. De otro modo la materia de Desarrollo sustentable resultará incongruente y contradictoria con el resto de planes de estudios. Asimismo la materia puede caer en la reproducción de una visión simplista o superficial de la problemática ambiental, la cual es sumamente compleja por lo tanto debe abordarse desde una perspectiva interdisciplinaria y se debe de impartir de acuerdo a las necesidades y condiciones de los recursos locales.

Las empresas deben asumir su responsabilidad social, identificando los aspectos ambientales de la empresa y su impacto en el medio ambiente. Un aspecto ambiental es aquel elemento de las actividades, productos o servicios de una empresa que puede interactuar con el medio ambiente, Para poder tipificarlos, se debe tener claridad respecto de todas las materias primas y recursos que se utilizan, de todos aquellos productos residuales que salen de la empresa y a través de este ejercicio es posible ir distinguiendo los aspectos ambientales, sus causas y el lugar que ocupan en el proceso de producción (Sotomayor et al., 2008).

Los empresarios al realizar las actividades económicas, deben destinar recursos económicos a la prevención de la contaminación del ambiente, con lo cual, en el corto plazo estarían ahorrando al ser más eficientes. Sin embargo de no hacerlo, en el largo plazo estarán obligadas a gastar mucho más dinero para responder ante los daños causados al ambiente.

A nivel mundial existen normas ambientales que intentan proteger el medio ambiente, tratando de disminuir la contaminación ambiental. Debido a las obligaciones que establece la normatividad ambiental existente en gran parte de los países del mundo, las empresas se ven en la necesidad de establecer un sistema de contabilidad e información financiera que contemple el uso de cuentas ambientales, para poder registrar y reflejar los efectos de las operaciones de índole ambiental, así como las inversiones, costos y beneficios asociados a su cumplimiento con la legislación ambiental y su responsabilidad social; y es aquí en donde toma importancia el papel del Contador Público que como el experto contable puede y debe colaborar con las empresas, las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales (ONG), para que se logren diseñar o adaptar los sistemas para preparar los informes que permitan dar a conocer su desempeño no solo financiero sino también en la dimensión social y ambiental.

La Contabilidad ambiental y La Contaduría

La contabilidad proporciona la información para fundamentar la toma de decisiones, pero algunas decisiones que se toman no son las adecuadas cuando en dicha información hay la ausencia de indicadores de los factores ambientales.

Gray et al. (1999) en su libro de Contabilidad y Auditoría Ambiental expresa: “La crisis ambiental es un resultado inevitable de la manera como contabilizamos lo que hacemos. La contabilidad soporta una seria responsabilidad por el creciente nivel del desastre ambiental”. Esto es una clara referencia a la Contabilidad financiera que solo registra los eventos en base a la dimensión económica.

La Contabilidad Ambiental está demostrando ser un excelente aliado para realizar una gestión ecológica, ya que promueve la integración de la dimensión ambiental dentro de la política financiera de la empresa.

Según Carrillo, O’Reilly & Peligrin (2007), la contabilidad medioambiental satisface las necesidades de valorar las operaciones medioambientales que lleve a cabo la empresa, en esa materia y de reconocer contablemente, los daños causados y las medidas de protección. En la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio ambiente en 1992, en Rio de Janeiro Brasil, se promulgó la adopción de un sistema de contabilidad ecológica y económica integrada en las empresas (Naciones Unidas 2004).

La contabilidad para el desarrollo sustentable, debe de registrar y cuantificar todas las operaciones que se realicen para evitar deterioro o agotamiento de los activos ecológicos como bosques, ríos, aire, así como el esfuerzo que se realiza para la restauración de daños ocasionados al medio ambiente con el objeto de conservarlo en la medida de lo posible (Peguero, Medina & Campos 2008).

La contabilidad para el desarrollo sustentable, Atristain y Barrón (1998) la definen como: “la técnica que registra y cuantifica las operaciones realizadas por una entidad, enfocadas a la disminución de las emisiones contaminantes, desgaste de activos ecológicos y el reconocimiento de pasivos contingentes relacionados con restauraciones y removilizaciones ocasionadas por el daño al medio ambiente”.

El concepto de Contabilidad Ambiental, incluye aspectos ambientales usualmente no considerados en el proceso contable, debido a lo difícil de su valuación en términos monetarios. La contabilidad se encarga de generar información relevante que debe utilizarse para tomar decisiones encaminadas a colocar a la empresa en condiciones de ventaja competitiva, a la vez que contribuye al logro de su permanencia y desarrollo en un marco de sustentabilidad. Por lo tanto la Contabilidad Ambiental, es un instrumento necesario para entender la importancia del medio ambiente y su contribución al bienestar de las personas, que juntos forman la base del desarrollo sustentable.

Por su parte, la Federación Internacional de Contadores (International Federation of Accountants, IFAC) define a la Contabilidad de la Administración Ambiental (Environmental Management Accounting, EMA) como la administración del desempeño ambiental y económico mediante el cual se implementan sistemas y prácticas de contabilidad apropiados relacionados con el ambiente. La profesión contable debe estar preparada para atender las necesidades de información y gestión en la dimensión ambiental y asumir su responsabilidad con la sociedad y el medio ambiente.

La Contaduría Pública a lo largo de la historia siempre ha ido actualizándose para satisfacer las necesidades de información financiera de las empresa y de la sociedad, y en cuestiones ambientales debe asumir igualmente su responsabilidad y de hecho lo está haciendo, para preparar estados financieros que reflejen además de los conceptos tradicionales, el aspecto ambiental e incluso preparar información no financiera que los complementen para ayudar a comprender el grado en que la operación de la empresa esta impactando, positiva o negativamente el ambiente. Pero tienen que ir más aprisa, los contadores deben ser más creativos y adelantarse, no esperar que les soliciten sus servicios, ya que el lograr establecer y aplicar normas de información financiera que reflejen los resultados de la actuación de las empresas en el medio ambiente, permitirá tener mejores elementos para concientizar a los empresarios de los beneficios de ser responsables con el mismo. Existe información de que aparte de que evitarían muchas multas e indemnizaciones por no actuar responsablemente, al invertir en tecnología amigable con el ambiente, esto conlleva considerables beneficios en ahorro de recursos al ser más eficientes, lo que les permite ahorrar costos y por lo mismo las empresas se hacen más competitivas. Al cumplir con la gestión sustentable las empresas tienen acceso a beneficios como el fortalecimiento de la marca, más consumidores y el acceso a los fondos de asociaciones de inversionistas socialmente responsables e incluso a estímulos fiscales. Si visualizamos esta situación más a fondo, al cumplir con su responsabilidad en el establecimiento de sistemas de información financiera que incluyan la variable ambiental, los contadores públicos están contribuyendo al mejoramiento de la ecología, que se encuentra en crisis actualmente y al mismo tiempo al preparar información que sirva de base para tomar decisiones a favor del ambiente estarán contribuyendo, por qué no decirlo, a la supervivencia de la especie humana.

Gray et. al. (1999) afirma que “mientras no hay duda que la contabilidad no es el lugar más obvio para comenzar cuando uno está pensando en orientarse a los asuntos ambientales en general o a la relación negocios/ambiente en particular, es igualmente cierto que sin una contabilidad reverdecida muchas iniciativas ambientales simplemente no tendrían

fundamento”. De ahí la importancia de que los contadores estén conscientes de este gran reto, ya que como las decisiones se toman teniendo como fundamento la información financiera, si esta contiene la información de la dimensión ambiental, será un gran aporte para las decisiones favorables en pro de la conservación del medio ambiente en aras de un desarrollo sustentable.

Para lograr una mejor gestión ambiental, han demostrado ser muy útiles los Reportes de Sustentabilidad, que publican las empresas socialmente responsables y en los cuales informan su desempeño en los ámbitos social, económico y ambiental.

De acuerdo con Sotomayor et al., 2008, para ser efectivo un reporte de sustentabilidad debe comunicar el nivel de compromiso de la compañía respecto de sus operaciones en los ámbitos económico, social y ambiental. Debe demostrar cómo este compromiso está incorporado a su visión de negocios y de qué manera sus esfuerzos en este sentido están impactando su resultado final. Cada organización debe definir el contenido que incluirá en el reporte, atendiendo principalmente a las demandas de información de sus grupos de interés. En el marco del Global Reporting Initiative (GRI), es el estándar más usado en estos momentos, se consideran como contenidos básicos los siguientes:

1. Visión y estrategia: declaración del Presidente o máximo ejecutivo de la empresa describiendo los elementos claves del reporte y estableciendo la visión y estrategia de la empresa en relación a la sustentabilidad.
2. Perfil del reporte. Una visión general de la estructura y alcance del reporte.
3. Perfil de la organización: Quién es, qué hace y donde opera la compañía.
4. Sistemas de administración: Estructura organizacional, sistemas de administración y, especialmente vínculos con sus grupos de interés.
5. Indicadores de desempeño: Información cuantitativa y cualitativa sobre las operaciones en las áreas financiera, ambiental y social.

Por su parte Gray, Bebbington & Walters (2003), afirman que, el rol de los contadores en la ayuda a las organizaciones para llegar a ser más sensibles ambientalmente se reducirá aproximadamente, a cinco fases:

1. El sistema contable existente puede modificarse ligeramente para identificar separadamente las áreas ambientales relacionadas de gastos (y, tal vez ingresos). Las áreas más obvias para que esto ocurra están en energía, desechos, empaques, costos legales y similares.
2. los elementos ambientalmente negativos del actual sistema contable deben identificarse y cuando sea posible, mejorarlos. Los ejemplos más obvios de esto se relacionan con valoración de inversiones y del desempeño.
3. El sistema contable debe mirarse de manera más progresista y, en el presente contexto, ser más conscientes de los problemas potenciales relacionados con la rápida y cambiante agenda ambiental. Esto afectará materias tales como periodo de recuperación de una inversión, cambios en los costos de energía, mirando hacia adelante por obligaciones contingentes potenciales, los costos potenciales de la financiación verde, valoración de los costos potenciales si no se emprenden iniciativas ambientales, y similares.

4. La función de información a partes externas está cambiando. Se refiere a que debe darse a conocer no solo la información que sirva de publicidad favorable, tratándose de asuntos ambientales.

5. Deberán desarrollarse nuevos sistemas contables y de información. Ya sea que constituyan sistemas de información cuantitativa física o alguna especie de sistemas de información financiera, ellos necesitarán tener un estatus igual a los sistemas contables financieros.

En base a la información que aquí se ha presentado, se puede visualizar que el contador público es quien tiene los conocimientos adecuados para poder establecer sistemas que sirvan de base para cuantificar económicamente las actividades de la empresa y sus efectos en el medio ambiente, sin embargo se tiene que reconocer que tendrá que auxiliarse de otros tipos de profesionistas (químicos, biólogos, etc), expertos en el manejo e interpretación de los efectos en el ambiente, que no necesariamente pueden valuarse en términos financieros, pero que si son de interés de un nuevo grupo de usuarios de la contabilidad en su modalidad “ambiental”; ya que se puede inferir que la sustentabilidad solo se alcanza con la interacción de todas las disciplinas.

En opinión de Espino García (2009), el establecimiento de planes normas y programas de desarrollo sustentable en las empresas, ya no es factible de postergar, ya que la puesta en marcha no solo se requiere para empresas de reciente creación, también es ya urgente la necesidad de que estas empiecen a realizar estudios para generar bajos niveles de contaminación, por otra parte es necesario que realicen estudios técnicos que generen ahorro de energía, tratamiento de basura y tratamiento de agua. El desarrollo de manuales programas, normatividad, políticas, manuales y todo lo necesario para la realización de la sustentabilidad en las empresas, debe estar altamente motivado por una filosofía que concientice al personal de la necesidad e importancia del desarrollo sustentable, no solo aplicable a la empresa donde labora, sino que lo haga extensivo a su hogar y su familia.

La Contaduría está en una posición privilegiada porque tiene comunicación directa con las máximas autoridades y todos los niveles en los organigramas organizacionales, incluso es vínculo de la empresa con la sociedad. Por lo cual debe aprovechar esta ventaja para contribuir a concientizar a todos sobre la responsabilidad social compartida por el bien del planeta y de la humanidad, pero en una forma proactiva proporcionándoles la información, la asesoría y proponiendo nuevas ideas que permitan encausar la cultura del desarrollo realmente sustentable.

Resultado

En virtud de la importancia que tiene actualmente el conocimiento y reconocimiento de la problemática ambiental, la Academia de Contabilidad determina incluir el curso de Contabilidad Ambiental en el mapa curricular de la Licenciatura en Contaduría de la Universidad Autónoma del Carmen. Asimismo se ofertará como materia optativa para las demás carreras de la Facultad de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma del Carmen, ya que todos las profesiones al igual que todos los habitantes del planeta deben contribuir a la preservación del medio ambiente y su contribución será mayor si desarrollan competencias en la dimensión social ambiental combinada con la económica.

El curso de Contabilidad ambiental, será el complemento del curso de desarrollo sustentable que llevan los alumnos en el nivel básico del mapa curricular y que solo aborda el tema desde la dimensión ambiental. El objetivo del curso de Contabilidad Ambiental será conocer la normatividad contable y la legislación en materia ambiental a nivel nacional e internacional, y concientizar a los próximos profesionistas de la importancia de la protección al medio ambiente. Se ubica en el área Terminal como curso optativo y en su contenido comprende el estudio de la, responsabilidad social del contador y de las empresas, terminología ambiental, contabilidad ambiental, normatividad nacional e internacional, leyes ambientales nacionales e internacionales, así como la información sobre costos, beneficios, financiamientos, los diferentes tipos de informes ambientales y los indicadores de desempeño que se están utilizando en el mundo para evaluar la gestión ambiental. Dichos temas serán estudiados en cuatro unidades: 1 La responsabilidad social de la Contaduría, 2 Las empresas y el medio ambiente, 3 La normatividad y legislación ambiental y 4 La contabilidad ambiental.

Conclusiones:

La Contaduría Pública, posee las competencias para preparar la información necesaria para que sean tomadas las decisiones tomando en cuenta las dimensiones económica, social y ambiental, que están estrictamente vinculadas con el Desarrollo Sustentable. Por lo cual la Universidad Autónoma del Carmen quiere reforzar el conocimiento en el área ambiental del Licenciado en Contaduría por considerarlo un campo de actuación que está ofreciendo muchas oportunidades de participación en el desarrollo sustentable de la región y nuestra nación. El contador público podrá promover una mejor legislación ambiental y mejores sistemas contables y financieros, que permitan el diseño de indicadores más eficientes para evaluar el impacto en el ambiente de las actividades productivas empresariales o participar en la investigación constante en busca de mejores herramientas para prevenir y controlar la afectación al medio ambiente. Para cumplir con este compromiso social el Licenciado en Contaduría requiere actuar con ética y valores, ya que el interés económico ha prevalecido sobre el ambiental y social; sin embargo no podemos seguir en esa dirección, el planeta no resiste mas.

Bibliografía

Academia de Contabilidad, 2010. Programa Educativo de la Licenciatura en Contaduría. Universidad Autónoma del Carmen. Ciudad del Carmen. México.

Atristain Monserrat, Patricia, Alvarez Barrón, Ricardo. (1998) La Responsabilidad de la Contabilidad frente al medio ambiente.

Carrillo, S, O'Reilly, P, Peligrin, A. (2007), Evaluación de la Contabilidad Financiera y Gestión Medioambiental en Empresas Turísticas.

Espino García, G. (2009). Sustentabilidad de las empresas, Colección Diversos. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. México: IMCP

González Lara, M. (2008). Responsabilidad Social Empresarial. México: Grupo Editorial Norma.

Global Reporting Initiative (2008)

Left, Enrique. (2002), Saber ambiental, sustentabilidad, racionalidad, complejidad, poder; México, Siglo XXI, 2da. Ed.

Kauffer, E. 2002. Las políticas públicas: algunos conceptos Generales. En Revista Ecofronteras Número 16, agosto de 2002. El Colegio de la Frontera Sur, México.

Naciones Unidas 2003. Informe Sobre Desarrollo Humano: Capítulo 6 Políticas públicas para garantizar la sostenibilidad ambiental. Disponible: http://hdr.undp.org/en/media/hdr03_sp_chapter_61.pdf

Ospino Velázquez, J. (2008). Revista Contaduría Pública, Instituto Mexicano de Contadores Públicos: Gestión sustentable, Creando valor en el nuevo entorno global, México. Número 430 pp. 30-35

Peguero, María Guadalupe, Medina, Laura y Campos, Sergio. 2008. Contabilidad y Auditoría para el Desarrollo Sustentable, el reconocimiento del Instituto Mexicano de Contadores públicos (IMCP). Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México.

Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT). 2004. Programa de manejo del Área de protección de Flora y Fauna “Laguna de Términos”
Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT). 2009. Dirección General de Planeación y Evaluación. Disponible: http://semarnat.gob.mx/quessemarnat/politica_ambiental/

Solano Palacios, E, y Frutos Cortes, M. (2005). “Referentes teóricos para la elaboración del Plan Ambiental Institucional (PAI) de la Universidad Autónoma del Carmen” Revista Acalán, num. 35, pp. 15-16.

Sotomayor, J, Sotelo, R, Sotomayor, C. 2008, Manual de Responsabilidad Social Empresarial para la Pequeña y Mediana Empresa Mexicana. México: Panorama Editorial.

UNACAR, 2009. Plan de Desarrollo Institucional 2008-2012. Ciudad del Carmen, Campeche. Universidad Autónoma del Carmen, México.

Gray R. et. Al. (1999). Contabilidad y Auditoria Ambiental. Colombia: ECOE Editores.

Gray Rob, Bebbington Jan & Walters Diana. Contabilidad y Auditoría Ambiental. Colombia: ECOE Ediciones.

ANÁLISIS PRELIMINAR MEDIANTE VOZ DE CLIENTE Y QFD PARA PRODUCTOS DE BAMBÚ

Arturo Zacapantzi Cordero arturo_zc@hotmail.com
Instituto Tecnológico de Apizaco, Tlaxcala
Alejandra Torres López atorreslo@hotmail.com
Instituto Tecnológico de Apizaco, Tlaxcala
María E. Montiel Huerta malizmon_hu@hotmail.com
Instituto Tecnológico de Apizaco, Tlaxcala

Resumen

La presente investigación preliminar se orienta a extraer mediante la metodología Voz de Cliente, las percepciones que los clientes tienen acerca de los productos ofrecidos por una micro empresa de productos decorativos elaborados a base de bambú. De acuerdo a las respuestas obtenidas se tiene una visión global de las características que los clientes consideran importantes al momento de adquirir un producto. Posteriormente se procede a desarrollar la matriz de QFD, la cual es una metodología que tiene por objetivo definir las características de los productos orientados hacia la satisfacción de los clientes. El conocimiento de las necesidades del cliente proporcionara a la empresa una pauta en la elaboración de una gama de productos que satisfagan a las mismas.

El estudio fue descriptivo no experimental, de diseño transversal; el muestreo aplicado fue de tipo no probabilístico determinístico.

Palabras clave: Voz del cliente, QFD, Bambú, Estrategias.

Abstract

This preliminary investigation is aimed at extracting by Voice of Customer methodology, the perceptions that customers have about the products offered by a microenterprise decorative products made of bamboo. According to the responses you have an overview of the features that customers consider important when purchasing a product. Later proceed to develop the QFD matrix, which is a methodology that aims to define the characteristics of products geared toward customer satisfaction. Knowledge of customer needs the company to provide a guideline in developing a range of products that satisfy them.

The study was descriptive, not experimental, crossover design, the sample was applied in non-deterministic probabilistic.

Keywords: Voice of the Customer, QFD, Bamboo, Strategies.

Desarrollo del trabajo

Introducción

Actualmente en México las MiPyMEs son un elemento fundamental para el desarrollo económico del país, ya que aportan el 52% del PIB y contribuyen al 72% de los empleos formales en México. Además de que estas unidades económicas presentan problemas que las obligan a cerrar en un lapso no mayor a dos años, entre ellos se encuentra falta de vinculación con el sector académico, generando que no tengan una cultura de innovación de procesos y desarrollo tecnológico (Economía, 2009). Por ello la alternativa que se propone para poder solventar esta situación es la de aplicar herramientas administrativas y de ingeniería a los procesos de las organizaciones, a fin de volverlas más eficientes. Una de las principales ventajas de estas metodologías es que no son exclusivas de grandes organizaciones, si no que las pequeñas empresas también pueden adaptarlas a sus procesos y obtener resultados que se reflejen en el aumento de su calidad y productividad.

La organización en donde se aplica el estudio es una micro empresa dedicada a elaborar elementos (bienes) decorativos elaborados a base de bambú, actualmente está integrada por 3 personas y con un solo punto de venta los fines de semana, generando que la producción sea por lotes pequeños, buscando incrementar su catálogo actual y poder expandir su mercado, por tal motivo se decide aplicar herramientas y metodologías que ayuden a hacer más eficientes sus procesos.

De acuerdo a la base de datos del Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM, 2011) solo se encuentran 11 empresas registradas en México que comercialicen productos de bambú, resaltando que dentro del estado de Tlaxcala no se tiene ninguna, siendo ésta, una área de oportunidad de negocio para la organización.

La metodología establecida para la recolección de los datos es “Voz de Cliente” la cual se orienta a recopilar y describir las necesidades de los clientes y sus percepciones de calidad hacia los productos ofrecidos (Brassard, 2002) de esta manera los productos que la empresa genere serán diseñados en forma sistemática y no por percepciones de los integrantes de la organización, así los productos dentro del catálogo actual y los de nueva creación, se modificarán en base a las características de calidad aportadas por el estudio.

La herramienta QFD (Quality Function Deployment) es un proceso sistemático de planeación que fue creado para ayudar a un equipo de proyectos a integrar y administrar los elementos necesarios para definir, diseñar y producir un producto (o entregar un servicio) que pudiera satisfacer o exceder las necesidades del cliente. Su principio central es capturar la «voz del cliente» y garantizar que se traduzca en una estrategia apropiada para los productos y los requisitos de los procesos (Viñas, 2006)

Metodología

El tipo de estudio fue descriptivo, no experimental y de diseño transversal (Hernández, 2006). La aplicación de la encuesta piloto se realizó en el punto de venta ubicado en la Plaza Xicohténcatl en la ciudad de Tlaxcala. La población considerada dentro del análisis fue infinita debido a que son un gran número personas que visitan el lugar. De acuerdo a esto, se decidió aplicar un muestreo de tipo no probabilístico determinístico, porque el juicio del investigador fue el criterio para definir el tamaño de la muestra (Hernández, 2006), resultando ser de 14 clientes potenciales que se interesaron por adquirir algún producto.

Las características de la muestra son: Hombres y mujeres entre un rango de 18 y 60 años y que no hayan adquirido un producto de la empresa con anterioridad.

Los parámetros para el diseño de la encuesta se muestran en la tabla 1.

OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADOR	VARIABLE	PREGUNTA	TIPO DE RESPUESTA
Identificar Perfil de cliente	Lugar de origen	Procedencia	1.- ¿De qué estado de la república nos visita usted?	Cerrada
	Edad del cliente	Edad	3.- ¿En qué rango de edad se encuentra usted?	Cerrada
	Sexo	Sexo	2.- Género	Cerrada
	¿Conoce los productos?	Demanda	4.- ¿Conoce usted productos decorativos elaborados a base de bambú?	Cerrada
	¿Qué busca en un producto decorativo?	Funcionalidad	7.- Al elegir un producto decorativo para su casa ¿qué elementos considera?	Cerrada
	¿Compraría el producto?	Demanda	5.- ¿Estaría dispuesto a adquirir un producto decorativo a base de bambú y por qué?	Cerrada
Determinación de variables del producto	Rango de precios	Precio	8.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto decorativo de bambú?	Cerrada
	Gama de colores	Color	9.- ¿Qué color prefiere al elegir el producto?	Cerrada
	Tamaño	Especificaciones	10.- ¿Considera que el tamaño del producto infliere con su decisión de adquirirlo? 11.- ¿Considera que el tamaño del producto infliere con la funcionalidad del mismo?	Cerrada
	Material	Materia prima	12.- ¿Qué material adicional	Cerrada

			prefiere para la elaboración de productos decorativos de bambú?	
	Decoración	Diseño	13.- La decoración de los productos le gustaría que fuera:	Cerrada
	Personalización de productos	Personalización	6.- ¿Le gustaría adquirir un producto personalizado del catalogo actual, y dentro de qué rango de precios?	Cerrada
Conocer la competencia	Conocimiento de otros lugares en donde se comercialicen este tipo de productos	Competencia	14.- ¿Conoce algún otro lugar en donde se comercialicen este tipo de productos en Tlaxcala?	Cerrada

Tabla 1. Parámetros para la definición del cuestionario. Fuente: Elaboración propia.

Resultados

Los resultados de la encuesta se explican en base a las repuestas aportadas por los clientes, y cada respuesta es acompañada por la gráfica correspondiente. Es importante resaltar que solo se hará hincapié en el objetivo específico número 2, ya que este es el apartado del instrumento de medición que aportará la información necesaria para el llenado de la matriz QFD. Los otros dos objetivos específicos serán utilizados en futuras investigaciones.

OBJETIVO ESPECÍFICO

2.- Determinación de variables del producto

Tabla 2. Segundo objetivo del estudio. Fuente: Elaboración propia.

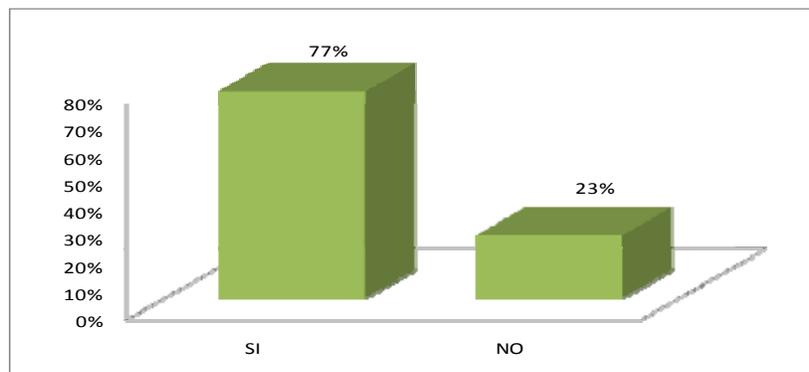


Gráfico 1. ¿Le gustaría adquirir un producto personalizado del catálogo actual? Fuente: Elaboración propia

Los resultados del gráfico 1 muestran que un 77% de los encuestados están interesados en adquirir un producto personalizado, esto indica que la implementación de esta estrategia de

elaborar los productos a gusto y necesidades del cliente, hará que los compradores se identifiquen con la empresa ya que esta, traducirá sus gustos a productos tangibles que satisfagan sus necesidades, originando una ventaja competitiva contra otros competidores.

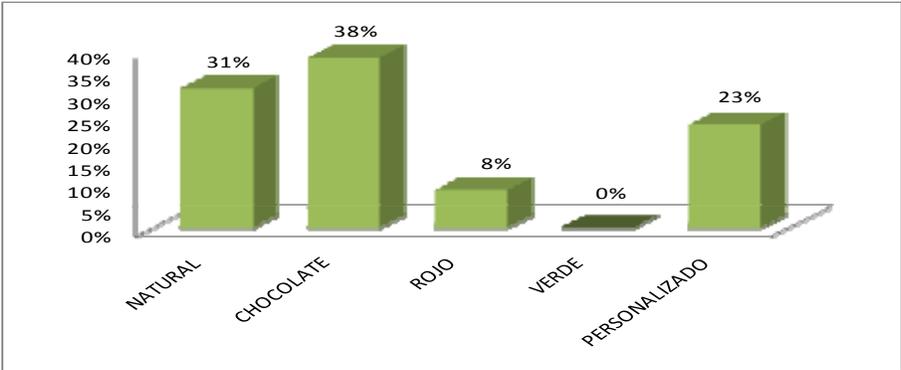


Gráfico 2. ¿Qué color prefiere al elegir el producto? Fuente: Elaboración propia

Al cuestionar acerca del color que el cliente prefiere de los productos a adquirir, se encuentra que el color natural del bambú (amarillo claro) y el color chocolate son los que se presentan con mayor frecuencia, esto se muestra en el gráfico 2. De esta manera la empresa enfocará su producción en cubrir mayoritariamente estos colores dentro de su programación.

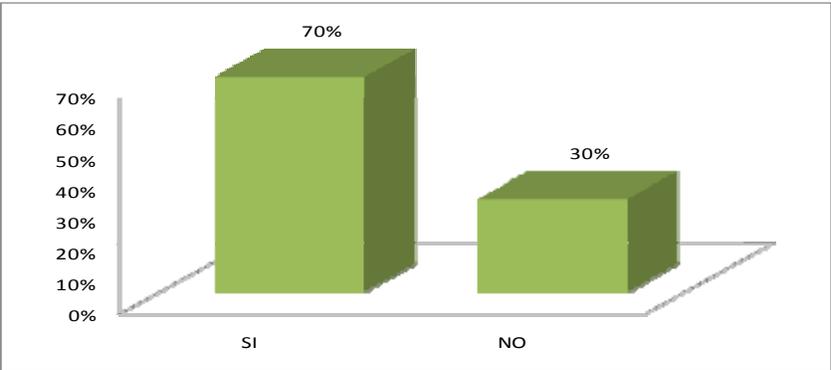


Gráfico 3. ¿Considera que el tamaño del producto influye con su decisión de adquirirlo? Fuente: Elaboración propia

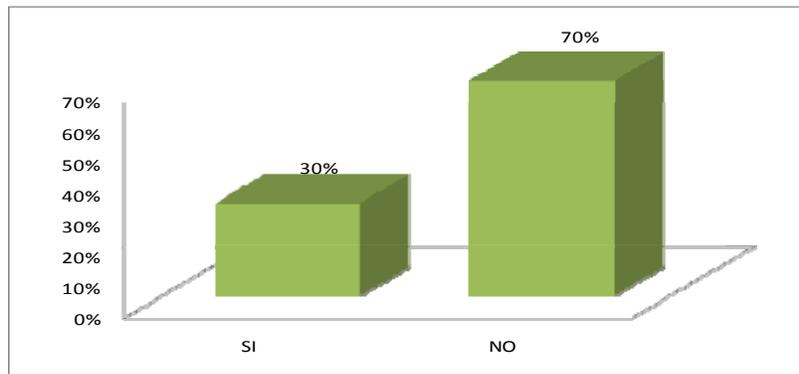


Gráfico 4. ¿Considera que el tamaño del producto influye con la funcionalidad del mismo?
Fuente: Elaboración propia

Los gráficos 3 y 4 se enfocan a medir si el tamaño del producto es un factor determinante para el cliente, los resultados arrojan que el tamaño del producto si es un factor importante para que el cliente adquiera el producto, pero a su vez, según los encuestados, el tamaño no influye sobre si el producto es funcional o no, esto aporta elementos puntuales para que la empresa lo considere en el tamaño del producto en su etapa de diseño, pero además, se debe reflexionar sobre su funcional. Esto supone un mayor esfuerzo por parte de los integrantes de la empresa.

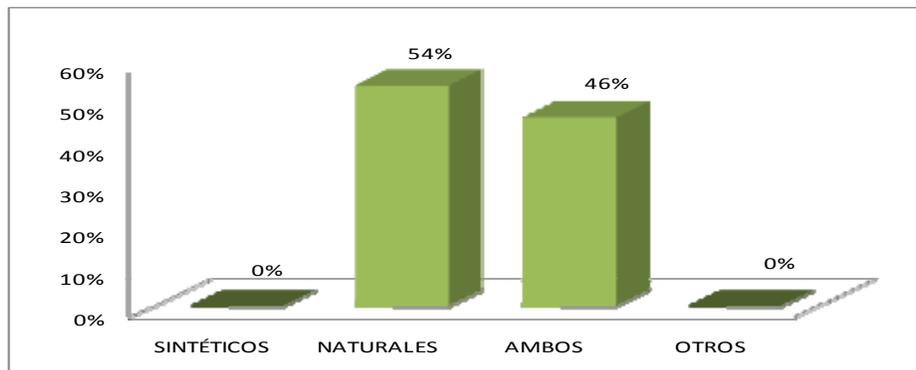


Gráfico 5. ¿Qué material adicional prefiere para la elaboración de productos decorativos de bambú?
Fuente: Elaboración propia

Los productos elaborados con bambú son factibles de combinar con otros elementos para su diseño, para ello el gráfico 5 muestra que el mayor porcentaje establece que los elementos naturales que les gustaría para combinar con el bambú, se encuentran: madera, pieles, piedras semi-preciosas, papel artesanal, entre otros.

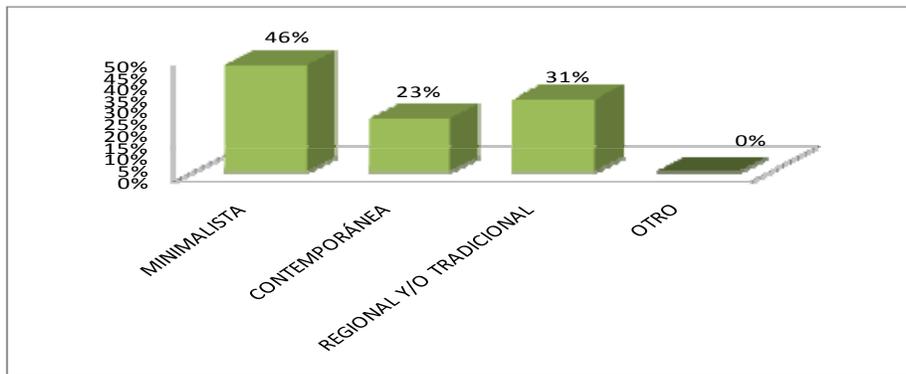


Gráfico 6. La decoración de los productos le gustaría que fuera:
Fuente: Elaboración propia

La decoración de los productos es un elemento clave para el acabado de los mismos, así que el estudio busca conocer qué tipo de decoración es la más agradable para los clientes, el gráfico 6 muestra que el diseño minimalista así como el regional y tradicional son los preferidos por los compradores, por lo tanto en la etapa de diseño es importante considerar estas tendencias de decoración.

Considerando los resultados de la investigación, se procede a realizar el gráfico de demanda de calidad, en el que muestra las características que los clientes aportaron por medio del estudio, es decir los “*qués*”, que se transforman en requerimientos de calidad; a su vez, el equipo de trabajo ha sub-dividido los “*que’s*” en categorías que ayuden a definirlos y medirlos de una manera más específica.

QUE`S	SUB CATEGORÍAS DE QUE`S
Personalización	Adaptable a las necesidades y gustos
	Servicio personalizado
	Tiempos de entrega pactados
	Servicio post venta
	Precios competitivos
Funcionalidad	Materia prima de calidad
	Productos robustos
	Productos bajo especificaciones
Decoración	Decoración tradicional
	Decoración vanguardista
	Diseños innovadores
Tamaño	Gama de tamaños
	Tamaño personalizado
Color	Personalización
	Durabilidad

	Gama amplia
--	-------------

Tabla 2. Elementos de calidad demandados. Fuente: Elaboración propia

Al haber obtenido los requerimientos de calidad del cliente, se procede al desarrollo de la matriz QFD, la cual aportará una visión global de las características aportadas por los clientes, así como su relación y la manera en como estas variables pueden ser medibles a fin de hacer más preciso el análisis.

El QFD utiliza un método gráfico en el que se expresan las relaciones entre los deseos del clientes y las características de diseño (Gomez, 2008). Para este estudio preliminar se desarrolla una matriz global, considerando que cuando se obtengan los resultados definitivos, se procederá a elaborar una matriz por cada familia de productos.

Desarrollo de la matriz QFD

La metodología QFD sigue una serie de pasos definidos y estructurados que a continuación se muestran:

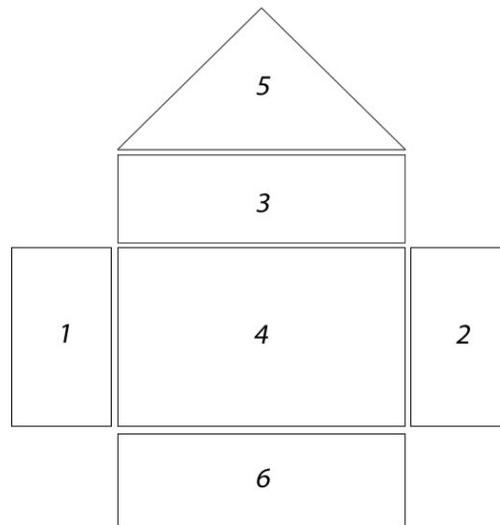


Figura 1. Elementos de la matriz QFD. Fuente: (Gomez, 2008)

1. - Requerimientos o necesidades del Cliente

En parte número 1 de la matriz los requerimientos del cliente son extraídos del estudio anterior Voz de Cliente, los cuestionarios aplicados a los clientes de la organización han definido los siguientes requerimientos para los productos:

- Personalización de productos
- Funcionalidad

- Decoración
- Tamaño
- Color

Con estos datos, haciendo referencia a la tabla 2, se procede a llenar la primera parte de la matriz especificando las necesidades de los clientes quedando como sigue:

QUE'S	SUB CATEGORÍAS DE QUE'S
Personalización	Adaptable a las necesidades y gustos
	Servicio personalizado
	Tiempos de entrega pactados
	Servicio post venta
	Precios competitivos
Funcionalidad	Materia prima de calidad
	Productos robustos
	Productos bajo especificaciones
Decoración	Decoración tradicional
	Decoración vanguardista
	Diseños innovadores
Tamaño	Gama de tamaños
	Tamaño personalizado
Color	Personalización
	Durabilidad
	Gama amplia

Tabla 3. Requerimientos del cliente. Fuente: Elaboración propia

2. - Entorno y plan de mejora

Para cada una de las demandas se valora una serie de aspectos que conducen a asignar un peso cuantificado para cada una de ellas. En concreto se evalúa:

TASA DE IMPORTANCIA (TI): Se atribuye una ponderación de 1 a 5 (de menos a más) a cada demanda.

SITUACIÓN ACTUAL (SA): se califica entre 1 y 5 la situación de la organización con respecto a cada demanda.

PLAN DE ORGANIZACIÓN (PL): valorar de 1 a 5 la situación en que se desearía estar para cada una de las demandas.

Se ponderó la evaluación de la siguiente manera para obtener SA y PL:

1 = muy malo

2 = malo

3 = regular

4 = bueno

5 = excelente

TASA DE MEJORA (TM): se calcula $TM = PL/SA$

IMPORTANCIA DE LAS VENTAS (IV): se trata de atribuir un peso a cada demanda del cliente según lo importante que resulta satisfacerla para aumentar las ventas (1.5 muy importante; 1.2 relativamente importante; 1 irrelevante o casi irrelevante).

PESO ABSOLUTO DE CADA DEMANDA: se calcula peso absoluto= TI x TM x IV

PESO SOLICITADO (PESO RELATIVO): se calcula convirtiendo el peso absoluto en porcentaje.

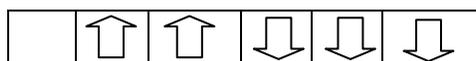
A continuación se presenta la tabla completa con los indicadores:

	TI	SA	PL	TM	IV	P. ABS	P. SOLIC.
Adaptable a las necesidades y gustos	5	4	5	1.25	1.5	9.375	7.0
Servicio personalizado	5	4	4	1	1.5	7.5	5.6
Tiempos de entrega pactados	4	3	5	1.6	1.5	10	7.4
Servicio post venta	4	1	5	5	1.2	24	17.8
Precios competitivos	4	4	4	1	1.2	4.8	3.6
Materia prima de calidad	5	4	5	1.25	1.5	9.375	7.0
Productos robustos	3	3	4	1.3	1.2	4.8	3.6
Productos bajo especificaciones	5	4	5	1.25	1.5	9.375	7.0
Decoración tradicional	3	5	4	0.8	1.2	2.88	2.1
Decoración vanguardista	3	3	4	1.3	1.2	4.8	3.6
Diseños innovadores	5	3	5	1.6	1.5	12.5	9.3
Gama de tamaños	4	3	5	1.6	1.5	10	7.4
Tamaño personalizado	4	5	4	0.8	1.5	4.8	3.6
Personalización	5	5	5	1	1.2	6	4.5
Durabilidad	5	4	5	1.25	1	6.25	4.6
Gama amplia	4	3	4	1.3	1.5	8	5.9
						134.45	100
						5	

Tabla 4. Entorno y Plan de mejora. Fuente: Elaboración propia

3.- Características técnicas

En esta parte se enlista las características del producto que están relacionadas con las demandas de los clientes, estas deben ser medibles y controlables. El valor superior mostrado por medio de una flecha significa si el valor de la característica interesa que sea grande (flecha hacia arriba) o pequeño (flecha hacia abajo)



CARACTERISTICAS					
Indicador de ventas					
Número de pedidos y solicitudes					
Número de reclamaciones					
Número de averías					
Incremento en la variedad de modelos y productos					

Tabla 5. Características técnicas de diseño del producto. Fuente: Elaboración propia

4.- Interrelaciones entre las necesidades del cliente y las características técnicas del producto

En esta etapa se forma una matriz en la que las filas son las demandas de los clientes y las columnas las características técnicas del producto. Donde se detecte una correlación se procede al llenado de la celda y en donde no exista una correlación se deja la casilla en blanco. En cada celda donde exista correlación se colocan dos valores, en el superior el valor que indica el grado de relación que existe entre la característica de calidad y lo que el cliente requiere. (9 correlación alta, 3 media y 1 baja) y en el valor inferior se coloca el producto del valor superior y el peso solicitado.

Adaptable a las necesidades y gustos	9 / 63				9 / 63
Servicio personalizado	6 / 34	9 / 50			
Tiempos de entrega pactados	9 / 67	9 / 67	9 / 67		
Servicio post venta			9 / 160	3 / 53	
Precios competitivos	9 / 32				3 / 11
Materia prima de calidad	9 / 63		9 / 63		9 / 63
Productos robustos	9 / 32			9 / 32	
Productos bajo especificaciones	3 / 21		9 / 63	9 / 63	
Decoración	9 / 18	9 / 18			9 / 18

tradicional					
Decoración vanguardista	9 / 32	9 / 32			9 / 32
Diseños innovadores	9 / 84	9 / 84			9 / 84
Gama de tamaños	9 / 67				9 / 67
Tamaño personalizado	9 / 32				3 / 11
Personalización		3 / 14			3 / 14
Durabilidad			9 / 41		
Gama amplia		9 / 53			9 / 53

Total	545	318	394	148	416	1821
%	29.9	17.5	21.6	8.2	22.8	100
Situación Empresa	8 ventas/mes	4 c/mes	0 c/mes	1 c/mes	1 c/2meses	
Plan	20 ventas/mes	8 c/mes	0 c/mes	0 c/mes	1 c/semana	

Tabla 7. Prioridades u objetivos de diseño. Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Al concluir la aplicación del instrumento de medición piloto se han detectado áreas de oportunidad que serán reformuladas para el instrumento final, siendo estas:

- Al final de la encuesta colocar fotos de los productos que ofrece la empresa.
- En la pregunta 7, incrementar la escala de medición.
- Establecer parámetros en porcentajes y reestructurar la pregunta 10.
- Agregar un listado de productos para la pregunta 12.
- Agregar preguntas para identificar la competencia a nivel nacional.
- Incluir preguntas que proporcionen información respecto a los medios publicitarios en los cuales el cliente consulte para conocer los productos de la empresa.

Al concluir la aplicación de la metodología del QFD se han detectado las características prioritarias para los clientes, las cuales son:

- Personalización
- Funcionalidad
- Decoración
- Tamaño
- Color

De acuerdo con la tabla 4, las características que presentaron mayor indicador en cuanto al porcentaje se muestran en la tabla siguiente, así como las acciones que la organización ha detectado para su desarrollo.

Característica	Acción
Servicio post venta	Integración de un servicio post venta a las políticas organización.
	Capacitación al personal acerca de reparaciones y repuestos
	Evaluación continua del servicio para retroalimentación en el proceso

	de fabricación
Diseños innovadores	Capacitación al personal sobre nuevas tendencias de diseño
	Benchmarking sobre diseños de productos sustitutos
	Investigación acerca de nuevos materiales y técnicas para la creación de diseños
Tiempos de entrega pactados	Adopción de la herramienta FIFO
	Estandarización de tiempos de producción
	Incremento de la disponibilidad del herramental
	Previsión de la demanda

Tabla 8. Características con puntaje mayor. Fuente: Elaboración propia

Considerando los factores críticos es importante resaltar que un proceso de planeación estratégica aportará un panorama más amplio y global de las acciones a seguir, asignando tiempo y recursos para su correcta ejecución. Además de que, como ya se mencionó con anterioridad, la matriz QFD será aplicada a cada uno de las familias de productos ofrecidos por la organización, con la finalidad de detectar las características de diseño de cada una, orientándolos a la completa satisfacción de los clientes.

Finalmente este proyecto muestra la factibilidad de utilizar herramientas de ingeniería aplicadas a micro empresas como lo es el caso de estudio, lo cual ofrece una ventaja competitiva para la organización. El que sean pequeñas unidades de negocio no implica que sean capaces de aplicar herramientas y metodologías de ingeniería a sus procesos, ya que éstas ofrecen la versatilidad de poder ser utilizadas en diferentes contextos.

Referencias Bibliográficas

Libros:

Brassard, M. (2002). *The Six Sigma Memory Jogger II*. USA: GOAL/QPC.

Hernández, S. R. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.

Viñas, D. T. (2006). QFD APLICADO: COMPETITIVIDAD E INNOVACIÓN DE CARA AL MERCADO.

España: Asociación Española de Ingeniería Gráfica.

Otros:

Gomez, A. P. (2008). QFD Despliegue de la Función de la Calidad.

Fuentes electrónicas:

Economía, S. d. (31 de Julio de 2009). *Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa*.

Recuperado el 10 de Julio de 2011, de

http://www.economia.gob.mx/swb/es/economia/p_cpyme_informacion

SIEM. (2011). *Directorio de Empresas*. Recuperado el 20 de Julio de 2011, de

<http://www.siem.gob.mx/siem2008/portal/consultas/respuesta.asp?language=0&captcha=1>

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Dr. Julio César Méndez Ávila, Dr. Emeterio Franco Pérez, M en C. Osva Antonio Montesinos López. Universidad de Colima.

RESUMEN

Este trabajo presenta un instrumento de elaboración propia, que mide la obesidad infantil, el mismo que fue sometido a un proceso de validación de contenido constructo y fiabilidad. La validación de contenido se realizó por consulta a expertos, considerando los criterios básicos de la Encuesta Nacional de Salud. La de constructo se realizó utilizando las técnicas estadísticas de: ANOVA, Ji Cuadrada y Análisis factorial. Para la fiabilidad se utilizó el coeficiente de Alpha de Cronbach con un resultado de .680.

Palabras claves: fiabilidad, instrumento, recolección y Alpha de Cronbach.

INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial de la Salud [OMS] (2010) menciona que la obesidad ha alcanzado proporciones epidémicas a nivel mundial y cada año mueren 2,6 millones de personas a causa de la obesidad o sobrepeso. Aunque anteriormente se consideraba un problema confinado a los países de altos ingresos económicos, en la actualidad la obesidad también es prevalente en los países de ingresos medianos y bajos.

Para poder entender lo anterior esta investigación contempla dos tipos de estudio; uno de tipo cualitativo y otro cuantitativo. El estudio cualitativo se llevó a cabo con 90 estudiantes, 30 alumnos de escuela rural, 30 de escuela privada y 30 de escuela pública urbana, con el objetivo de revisar si los estudios coincidían con nuestra población, es importante hacer notar que los estudios no contemplan a los tres tipos de escuelas. Posteriormente con los datos arrojados por el estudio cualitativo, se realizó un estudio de tipo cuantitativo, con una muestra de 1,450 estudiantes con intención de conocer si existía asociación de la obesidad con las variables sociodemográficas, así como también, con algunos indicadores de obesidad.

MÉTODO

Elaboración del instrumento de evaluación

El instrumento se realizó con base a los estudios revisados, así como también, del análisis de los cuestionarios aplicados dentro de estos estudios, el diseño se conforma con los cuestionarios del estudio de La Encuesta Nacional de Salud y Nutrición y el estudio *enKid*. Partiendo de ello se elaboró un cuestionario propio.

Inicialmente el cuestionario se conformó de 29 preguntas, se aplicó a 30 niños para su evaluación. Esta revisión brindó información importante para estructurar cada ítem, se observa que a los niños se les complica recordar las actividades que realizan durante la semana, para ellos es más significativo recordar sus hábitos diarios. De acuerdo al cuestionario se elaboró una entrevista para redefinir los ítems y determinar la adecuación de la operacionalización en las variables. Se realizaron 90 entrevistas; 30 entrevistas a una primaria pública urbana, 30 entrevistas a una primaria pública rural y 30 entrevistas a una primaria privada.

Estructura del instrumento de recolección de datos

El instrumento de recolección de datos está integrado por 2 factores, siendo estos los siguientes: el sedentarismo y los hábitos alimenticios. El instrumento consta de 16 preguntas y 11 preguntas sociodemográficas (año escolar, turno, tipo de escuela, edad, sexo, con quién vive y la escolaridad de los padres).

Factor de sedentarismo

1FS.- Actividades deportivas: esta categoría pertenece al factor sedentarismo y se integra con el ítem 1, relativo al tiempo que realizan actividades deportivas diariamente.

2FS.- Televisión: esta categoría pertenece al factor sedentarismo y se integra con el ítem 2, relativo al tiempo que ven televisión diariamente.

3FS.- Videjuegos: categoría que pertenece al factor sedentarismo y se integra con el ítem 3, relativo al tiempo que juegan videjuegos diariamente.

4FS.- Computadora: esta categoría pertenece al factor sedentarismo y se integra con el ítem 4, relativo al tiempo que utilizan la computadora para hacer tarea diariamente.

5FS.- Chat: categoría que pertenece al factor sedentarismo y se integra con el ítem 5, relativo al tiempo que utilizan la computadora para chatear diariamente.

6FS.- Horas que duermen: esta categoría pertenece al factor sedentarismo y se integra con el ítem 6, relativo al tiempo que duermen en el día diariamente.

7FS.- Horas que duermen: categoría que pertenece al factor del sedentarismo y se integra con el ítem 7, relativo al tiempo que duermen en la noche diariamente.

Factor hábitos alimenticios

8FHA.- Refresco: esta categoría pertenece al factor hábitos alimenticios y se integra con los ítems 8 y 9, relativo al consumo de refrescos diariamente.

10FHA.- Jugos: categoría que pertenece al factor hábitos alimenticios y se integra con los ítems 10 y 11, relativo al consumo de jugos diariamente.

12FHA.- Dulces: esta categoría pertenece al factor hábitos alimenticios y se integra con el ítem 12, relativo al consumo de dulces diariamente.

13FHA.- Frituras: categoría que pertenece al factor hábitos alimenticios y se integra con el ítem 13, relativo al consumo de frituras diariamente.

14FHA.- Comida rápida: esta categoría pertenece al factor hábitos alimenticios y se integra con el ítem 14, relativo al consumo de comida rápida diariamente.

15FHA.- Postres: categoría que pertenece al factor hábitos alimenticios y se integra con el ítem 15, relativo al consumo de postres diariamente.

16FHA.- Cereal: esta categoría pertenece al factor hábitos alimenticios y se integra con el ítem 16, relativo al consumo de cereal diariamente.

RESULTADOS

Validación del instrumento

Para la validación del instrumento se examinaron los siguientes aspectos: validez de contenido, validez de constructo y fiabilidad del cuestionario.

Validez de contenido: para la validación del cuestionario, éste se aplicó a una muestra piloto inicial de 30 estudiantes. Antes de contestar se les dio la indicación de leer cuidadosamente y donde existieran dudas lo manifestaran, lo anterior tenía la finalidad de

revisar la redacción. Los resultados fueron los siguientes: se eliminaron las preguntas 1, 13, 19 y 20 porque eran variables que no se contemplaban en el constructo y por ello el coeficiente de Alpha de Cronbach arrojó .595 y al eliminar estas preguntas el coeficiente se incremento significativamente. En las preguntas sociodemográficas se modificó la pregunta 9, que estaba redactada de la siguiente manera: con quién vives, con cuatro opciones de respuesta: 1.- Con tus padres, 2.- Con tu padre, 3.- Con tu madre, 4.- Con familiares. Se modificó la opción 4 de respuesta por otros familiares. Después de realizados los cambios se aplico a una muestra de 60 estudiantes y estos resultados sirvieron para su comprensión y aplicación a la muestra, definitiva (1,450 estudiantes).

Validez de constructo: considerando que todas las variables que integran el constructo son nominales y ordinales, se tomo la decisión de utilizar las técnicas estadísticas: ANOVA, Ji Cuadrada y Análisis factorial. Para ver la dependencia de las variables nominales, con las ordinales y continuas. Se realizó la validez del constructo, el tamaño de la muestra con 1,450 cuestionarios.

Fiabilidad

La fiabilidad se realizó con los 90 cuestionarios del pilotaje obteniendo los siguientes datos.

Coefficiente Alpha de Cronbach

La medida más exacta utilizada para el diagnóstico de la fiabilidad es el coeficiente de Alpha de Cronbach, el cual valora la consistencia interna de la escala completa. En la Tabla 2 se muestra la fiabilidad interna (consistencia interna) de la escala total de los 2 factores (sedentarismo y hábitos alimenticios) que integran la investigación.

La escala total muestra una Alpha de Cronbach de .680 considerando los 16 ítems del cuestionario, por lo anterior, se concluye que el cuestionario que se propone para este estudio es el adecuado, ya que tiene una fiabilidad por encima del límite establecido.

Cuadro 1

Fiabilidad del cuestionario

CONCEPTO	RESULTADO.
Coefficiente de Alpha de Cronbach	.680
Coefficiente de Guttman	.651

Coefficiente de Guttman (dos mitades)

El coeficiente de Guttman de dos mitades es de .651, por lo cual, la estructura interna es adecuada para este estudio.

Recopilación de datos

La población está constituida de 14,097 alumnos, distribuidos en 67 Primarias de Corregidora, Querétaro. De acuerdo al tamaño de la muestra (1,760 alumnos). El instrumento de recolección de datos se aplicó por grados, la toma de peso y talla eran individuales. En las instalaciones de las escuelas, siendo el tiempo de aplicación por cuestionario de aproximadamente 10 minutos. La base de datos se integró con 1,450 cuestionarios, ya que el marco muestral no es perfecto. A continuación se presenta el cuestionario que se aplicó al total de la muestra.

BIBLIOGRAFÍA

- Encuesta Nacional de Salud y Nutrición. (2006). Instituto Nacional de Salud Pública. México.
Recuperado el 8 de abril de 2008, de <http://www.insp.mx/ensanut/>
- Organización Mundial de la Salud. (2010). Mil millones de adultos tienen sobrepeso. Si no se actúa, esta cifra superará los 1500 millones en 2015. Recuperado el 29 de febrero de 2010, de <http://www.who.int/features/factfiles/obesity/facts/es/index1.html>

**APLICACIÓN DE SISTEMAS DE MEDICIÓN DE CAPACIDAD
INSTITUCIONAL EN GOBIERNOS LOCALES EN MÉXICO. ESTUDIO DE
CASO: CULIACÁN, HERMOSILLO, ZACATECAS (1998-2008)**

Dr. Carlos López Portillo Tostado²¹¹ y Dr. Rigoberto Soria Romo²¹².

Resumen

El propósito de este texto es analizar e interpretar los datos derivados de un sistema de medición mediante la técnica de valorización de asignaciones, para identificar los grados de intensidad en la aplicación de los postulados y técnicas recomendadas por la Nueva Gestión Pública (NGP), en un contexto de competencia política, ejemplificado en los municipios de Culiacán, Sinaloa, como caso espejo, donde no se han presentado alternancia en el partido político gobernante en el periodo considerado, y Hermosillo, Sonora y Zacatecas, capital del estado del mismo nombre, que son municipios en los que sí se ha presentado la alternancia política. Se toma al municipio de León, Guanajuato como imagen objetivo o modelo de municipio. Se concluye que los gobernantes de partidos más conservadores y de naturaleza empresarial dan mayor énfasis (Partido Acción Nacional. PAN) a variables como estructura organizacional y mejora regulatoria que partidos tradicionales como el Partido Revolucionario Institucional (PRI) o de izquierda como el Partido de la Revolución Democrática (PRD). En relación a la incorporación de tecnologías de la información y de la comunicación, todos los partidos le dan importancia así como a la participación ciudadana, aunque con diferentes matices.

²¹¹ Carlos López Portillo Tostado es Maestro en Gestión y Política Pública por la Universidad de Occidente, Unidad Culiacán y Doctor en Educación y candidato al grado de doctor en Ciencias de la Administración por la UNAM. Actualmente es Profesor Investigador de la Universidad de Occidente en Culiacán, Sinaloa, México, Av. Carlos Linneo 1947-8, Col. Chapultepec, Culiacán, Sinaloa, CP. 80040, teléfono: + 52 667 7 15 54 61; celular +52 6672 24 17 54. Dirección electrónica: clportillo@culiacan.udo.mx y carloslopezportillo@hotmail.com

²¹² Rigoberto Soria Romo es Licenciado en Economía por la Facultad de Economía de la Universidad de Guadalajara y Maestro en Administración Pública por el Centro de Investigación y Docencia Económicas, (CIDE). También cuenta con un Doctorado en Estudios Organizacionales por la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel I, desde 2006. Profesor Investigador de Tiempo Completo adscrito al Departamento de Políticas Públicas del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara. Correo electrónico: soriaromo@yahoo.com.mx. Teléfono y fax: + 52 (33) 3770 3300 ext. 25613. Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas, Departamento de Políticas Públicas, Periférico Norte no. 799, Modulo "F", Primer Piso, Núcleo Universitario Los Belenes, Zapopan Jalisco, México, C.P. 45100. [twitter@gobiernolocal2](https://twitter.com/gobiernolocal2)

Palabras clave: nueva gestión pública, alternancia política, estructura organizacional, participación ciudadana.

Summary

The purpose of this paper is to analyze and interpret data derived from a measurement system using the technique of valuation of weights, to identify the degrees of intensity in the application of the principles and techniques recommended by the New Public Management (NPM) theory in a electoral competitive environment, exemplified with the municipalities of Culiacan, Sinaloa, a mirror case, where there have been no electoral party substitution in the period considered, and Hermosillo, Sonora and Zacatecas, capital of the same state, which are municipalities in which there has been political substitution in the ruling party. The municipality of Leon, Guanajuato is taken as a role model of municipal government. We conclude that when the ruling party is of conservative nature, a greater emphasis is placed in variables such as organizational structure and regulatory improvement. This is the case of the National Action Party (PAN). On the other hand, traditional parties like the Institutional Revolutionary Party (PRI) or leftist organizations such as the Democratic Revolution Party (PRD). All of the municipal governments, regardless of ideology, consider it essential to incorporate technologies of information and communication, to improve services. Finally all parties give importance to citizen participation, albeit with different orientation.

Key words: new public management, political change, organizational structure, citizen participation

Introducción

La ciudadanía de nuestro país luchó décadas para lograr la alternancia política y la democracia representativa. El primer ámbito de gobierno en que se observó dicha alternancia fue el municipal, cuyo primer hito notable fue el triunfo de Ernesto Ruffo Appel en el municipio de Ensenada, Baja California en 1986 (Espinoza, 1998: 35), que en 1989 se convertiría en primer gobernador de dicha entidad federativa. A partir de este evento la alternancia político-electoral tanto a nivel municipal como en las entidades federativas, la alternancia es un fenómeno común.

De ahí la importancia de preguntarse ¿Cuál ha sido el efecto de la alternancia político electoral en la modernización de los sistemas de gestión de los gobiernos locales, específicamente municipales? Con esta interrogante nace la idea de realizar la presente investigación, que analiza comparativamente el proceso de modernización en tres municipios del país, buscando identificar sus capacidades institucionales y establecer acciones, avances y déficit institucional en cuatro variables: estructura organizacional, mejora regulatoria, gobierno electrónico y participación ciudadana. La variable independiente es la alternancia político electoral.

Para efecto de análisis e interpretación de esta investigación, se considera el cambio adaptativo, en el que supone la posibilidad de que las diferentes fuerzas políticas pueden alcanzar el poder, mediante las correspondientes elecciones. Consecuentemente, el cambio político y la alternancia electoral son vistos, entonces, como producto complejo de la realidad social que conviene estudiar constantemente.

El objeto de estudio del trabajo son los municipios de Culiacán, Hermosillo y Zacatecas, tres ciudades capitales, que fueron seleccionados, porque son municipios en los que la alternancia ha ocurrido a diferentes ritmos. Por ejemplo el municipio de Culiacán, capital del estado de Sinaloa, ha sido gobernado por el PRI en los cuatro trienios bajo estudio (1998-2008), por lo que no ha habido alternancia, sino continuidad, por lo que se considera un caso espejo. Hermosillo, capital del estado de Sonora, ha sido gobernado por el PAN en los tres últimos trienios (1998-2006), siendo relevado por el PRI en el periodo 2006 – 2009. Por último, Zacatecas, en donde las autoridades municipales han sido del PRD en los tres trienios previos y fue sustituido por el PAN en el periodo 2007-2010.

Aunado a los cambios políticos, la estrategia de selección de los municipios se debe a que son capitales de estados, ubicados en la parte noroeste y centro norte del país, con gobiernos estatales yuxtapuestos o divididos, excepto Culiacán y con ciertas características económicas similares. Se toma como marco referencial el modelo de la Nueva Gestión Pública (NGP), porque los problemas de las administraciones públicas modernas en contextos políticos de alta competencia, ya no pueden explicarse con conceptos limitados de la administración pública tradicional. La técnica estadística utilizada para medir la intensidad de los gobiernos locales con relación a la NGP, es la valorización de asignaciones (Lind, Marchal y Wathen, 2008).

1. Fundamentación

Nuestro marco teórico tiene como base la corriente denominada nueva gestión pública (NGP). Las definiciones de la NGP son variadas y genéricas, por ejemplo para Bouckaert y Pollit (2000) la reforma de la gestión pública consiste en cambios deliberados en las estructuras y los procesos de las organizaciones del sector público, con el objetivo de que funcionen mejor. Lo anterior implica que los cambios sugeridos por esta teoría se orientan hacia la distribución de la autoridad, la división del trabajo y el flujo de la comunicación, dentro de la organización.

Peters (1996) observa que en las reformas de la NGP ve presentes cuatro “modelos de gobernar” que pueden coexistir en diversas proporciones, en el que un modelo es predominante sobre los restantes: el modelo de mercado; el Estado participativo (que pone el acento en el empoderamiento y la participación de los ciudadanos en la gestión pública); el gobierno flexible (de organizaciones descentralizadas y procesos que se adaptan al entorno, diferente de las estructuras y procedimientos rígidos de las burocracias y de la indiferencia de su personal de carrera) y; el gobierno desregulado.

Por su parte, Longo y Echebarría (2005) señalan que de manera acertada, Barzelay (2003) detecta que hay tres intencionalidades diferentes en la expresión semántica de la NGP: a) la primera hace referencia a un movimiento o tendencia en el sector público de algunos países occidentales, fundamentalmente anglosajones, que han ido transformando el aparato ejecutivo del Estado, mediante la introducción de técnicas de gestión empresarial y organización económica; b) la segunda identifica la nueva gestión pública como una perspectiva novedosa de comprensión, análisis y abordaje de los problemas de la administración pública. Su contribución esencial sería el acento en el empirismo y la aplicación de valores de eficacia y eficiencia a su funcionamiento, por encima de los valores tradicionales del modelo administrativo. Finalmente, la tercera sería completamente normativa e identifica la NGP como un modelo, es decir, como una serie de principios, políticas y técnicas para el manejo del sector público, que se consideran superiores, y cuya aplicación implícita o explícitamente se recomendaría (Longo y Echebarría, 2005: 122).

Las recomendaciones de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 1995: 32), inspiradas en la NGP son las siguientes:

- a) Devolver autoridad y otorgar flexibilidad. Este tipo de reformas buscan dar al administrador y a la organización en general, amplios grados de libertad en las decisiones operativas, así como también remueven restricciones innecesarias en el manejo de recursos humanos, y sobre todo, financieros. Asimismo, promover cambios organizacionales encaminados a hacer más ágil y eficiente el aparato administrativo, así como su achicamiento.
- b) Asegurar el desempeño, control y rendición de cuentas. Entre las herramientas de este tipo de reforma se pueden enunciar los acuerdos de desempeño, medición del desempeño, evaluación de programas y rendición de cuentas.

- c) Desarrollar la competencia y la elección. Este tipo de reformas buscan mejorar el desempeño a través de la exposición del servicio público, a la disciplina e incentivos del mercado. Los instrumentos más comunes incluyen la creación de mercados internos, cargos al usuario, concesiones, privatizaciones, asociaciones con el sector privado, etcétera.
- d) Proveer servicios públicos responsivos a los ciudadanos. La adaptación de los servicios públicos a las necesidades del cliente-ciudadano, es un objetivo clave de las reformas de la NGP. Al final, hacer que los gobiernos adapten un enfoque de orientación al cliente, a través de medidas tales como la participación del cliente, transparencia y acceso a la información, establecimiento de compromisos de calidad de los servicios prestados y reducción de la carga administrativa para el usuario.
- e) Mejorar la gerencia de los recursos humanos. Este tipo de reformas consiste en establecer mecanismos tendientes a vincular el desempeño con la productividad del empleado. Ello supone una mayor descentralización de la administración de recursos humanos, el uso de indicadores de desempeño individual, flexibilización de contratos y la capacitación del personal enfocada en la orientación al cliente.
- f) Optimizar la tecnología de la información. Consiste en el uso intensivo de las tecnologías de información, para optimizar el funcionamiento del sector público. Entre otras medidas se incluyen aquellas encaminadas a mejorar la interacción con la ciudadanía, a eficientar los procesos internos de la administración, así como los servicios brindados.
- g) Mejorar la calidad de la regulación. Esta estrategia de reforma abarca todos aquellos instrumentos de mejora regulatoria, que faciliten el desempeño de los agentes económicos, minimizando los costos de transacción propios de una regulación rígida.
- h) Fortalecer las funciones de dirección del gobierno central. Este tipo de reformas procura que mientras se provee a los niveles operacionales con un amplio grado de libertad, se busca también que los organismos centrales se enfoquen más en asuntos de estrategias de políticas.

De acuerdo a las propuestas de la NGP, se han seleccionado una serie de variables representativas que servirán para comparar los tres municipios señalados anteriormente. A los que se añade el municipio de León, Guanajuato, considerado un modelo de aplicación de la NGP, por lo que aquí se toma como municipio ideal.

Estas variables son:

- a) Estructura organizacional. Para Mintzberg (2004) es el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo, en tareas distintas y la posterior coordinación de las mismas.
- b) Mejora regulatoria. La OCDE la define como “los cambios para mejorar el desempeño, el costo y la calidad de las regulaciones y los correspondientes trámites gubernamentales” (OCDE 2000a).
- c) Gobierno electrónico. Según Cistoldi (2002: 4), el gobierno electrónico se caracteriza por ser un conjunto de iniciativas y programas, que incorpora el empleo de las tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) a la labor gubernamental, generando nuevas modalidades de gestión y administración. Estas comprenden, la gestión interna de la administración pública, el acceso ciudadano a diferentes tipos de información,

las transacciones con el gobierno, la prestación de servicios públicos, el proceso democrático y la participación ciudadana, entre otras labores básicas del gobierno.

d) Participación ciudadana. Ziccardi (2002: 302) la define como “los diferentes tipos de experiencias que remiten a la intervención de los individuos en actividades públicas, para hacer valer sus intereses sociales”.

2. Metodología de la investigación

Estrategias e instrumentos de recolección de datos. En lo relativo a la información documental y de archivo, ésta se concentró en la revisión de información histórica y estadística sobre la economía, demografía y el sistema político regional y local; planes municipales de desarrollo e informes de gobierno, hemeroteca, archivos, etcétera. En segundo lugar, la colecta de información directa (información primaria) se hizo a través de varios instrumentos: entrevistas (15) y cuestionarios (7), aplicados a directores de área y responsables del desarrollo organizacional.

Procesamiento estadístico. Dado el enfoque mixto de la investigación, se utilizó la técnica estadística de valorización de asignaciones de las cuatro variables mencionadas: estructura organizacional, mejora regulatoria, gobierno electrónico y participación ciudadana.

La metodología que se utiliza para la operacionalización de las variables, se hizo con la finalidad de disponer de un parámetro que permitiera evaluar la medida en la que cada uno de los municipios bajo estudio y sus respectivas autoridades municipales, han considerado las técnicas y herramientas de la NGP en sus programas y acciones de gobierno; parámetro que además posibilita comparar los municipios e interpretar los datos.

Se ha hecho una lista de características con las que se debe contar para el óptimo desempeño de cada una de ellas, lo que a su vez, cada una de estas listas ha sido valorada con diez puntos dividido entre el número de preguntas, por lo que, con cada característica que se cumple, se asigna un valor, a un máximo de 50 puntos, en caso de cumplir con todas las características.

La fórmula utilizada para la valorización de las preguntas en cada lista, es la siguiente:

$$X = (10/Y)$$

Donde X: valor de cada característica

Y: número total de características de la lista

Esto permite observar cuál de los municipios bajo estudio utiliza con mayor o menor intensidad las técnicas y herramientas de la NGP y de la gobernabilidad democrática. Tomando 50 como máximo y 0 como mínimo, se puede determinar y cuantificar quien

lleva un mayor avance en estos campos. Se incluyó el municipio de León, Guanajuato como referente para contar con un parámetro de un municipio modelo o ideal.

Los pasos para realizar el análisis de intensidad son los siguientes:

1. Primero se especifican las variables y datos a calificar en cada variable. Se toman en cuenta cuatro variables: estructura organizacional, mejora regulatoria, gobierno electrónico y participación ciudadana, la cual se divide en dos: cogestión en los asuntos públicos y la visión del ciudadano como cliente.
2. Se hace el armado de la lista de características de cada variable ordenándolas de mayor a menor impacto, y se realiza la revisión de cuales cumple cada una.
3. Se realiza la valorización de las características de cada variable, tomando un número de preguntas o características de cada variable, cuyo valor total es siempre 10.
4. Al cumplir con los pasos anteriores, se procede a medir la intensidad acumulada por todas las características, con la consideración que 0 de intensidad significa que no cumple con nada y 50 de intensidad significa que cumple con todo lo analizado.
5. Al tener el nivel de intensidad de cada una de las variables, ya se puede hacer el comparativo entre los municipios bajo estudio. Así, se demuestra qué gobierno municipal se acerca más al cumplimiento de las propuestas de la NGP
6. Finalmente, se obtiene el índice de la NGP al sumarse los resultados de los cinco cuestionarios, siendo el valor final su grado de intensidad.

El valor total de la lista es de 10, divididos entre el número total de características contenidas en ella. Se le asigna a cada gobierno municipal un valor o puntaje dependiendo con cuales cumple.

3. Resultados

Cada una de las variables reseñadas anteriormente, se subdividen en acciones, las que se ponderan mediante la técnica estadística de valorización de asignaciones aplicada a los tres municipios seleccionados, Hermosillo, Culiacán y Zacatecas, y al municipio modelo (León, Guanajuato) para posibilitar su comparación. La primera variable a analizar es la estructura organizacional, integrada por una serie de acciones destinadas a cambiar la lógica funcional de la burocracia. Los resultados miden la intensidad con que los gobiernos locales han asimilado de manera práctica las propuestas de la NGP relacionadas con esta variable. Los resultados se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 1.- Valoración de la intensidad de la NGP en estructura organizacional (1998-2008)

<i>Tipo de acciones</i>	<i>Culiacán</i>	<i>Hermosillo</i>	<i>Zacatecas</i>	<i>León</i>
Manuales de procedimientos	x	x	x	x
Sistema de indicadores	x	x		x
Certificación de procesos		x		x
Reducción de plantilla				
Proyectos matriciales		x		x
Cursos de capacitación de personal	x	x	x	x
Estructura horizontal		x		x
Servicio civil de carrera				
Gestión de recursos humanos				x
Total	3.333	6.666	2.222	8.888

Fuente: Elaboración propia. Valor por asignación: 1.111

Los datos de la tabla 1 muestran que las administraciones municipales del Partido Acción Nacional (PAN) en Hermosillo, dan un mayor cumplimiento a las recomendaciones de la NGP en cuanto a estructura organizacional, buscando una mayor eficiencia, efectividad y calidad del servicio, mediante la implementación de manuales de procedimientos, un sistema de indicadores de desempeño, certificación de procesos y cursos de capacitación; se han reemplazado las estructuras de una manera más horizontal, con una mayor descentralización en su toma de decisiones, y las actividades guiadas por proyectos matriciales. Lo anterior, se explica en gran medida por el origen empresarial de la mayoría de los miembros de los diferentes gabinetes panistas, lo que facilita la incorporación de técnicas de gestión empresarial, por encima de los valores tradicionales del modelo administrativo.

Por su parte, las administraciones municipales del Partido Revolucionario Institucional (PRI) en Culiacán muestran menor intensidad en esta variable, al contar con acciones relativas a los manuales de procedimientos en la totalidad de las áreas, con un sistema de indicadores recomendados por la Agenda desde lo Local y cursos de capacitación al personal orientados a mejorar la calidad del servicio y manejo de equipo informático. Lo anterior se explica en función de que se cuenta con una estructura organizacional más bien tradicional, de corte piramidal, de alta formalización, donde la lealtad al grupo y compromiso político es fuerte y prevalece un enfoque político en la resolución de problemas administrativos.

Las administraciones municipales del Partido de la Revolución Democrática (PRD) manifiestan una muy baja intensidad con la NGP en lo que respecta a la estructura

organizacional, al brindar cursos de capacitación a su personal orientados a mejorar la calidad en el servicio y manejo de paquetes informáticos. Esta situación se explica por el predominio de un modelo organizacional tradicional, y por el énfasis que se le otorga a la participación ciudadana en los programas de modernización administrativa.

Dado que León (Guanajuato) se considera como modelo de administración municipal, los datos señalan que no se han tomado acciones de reducción de plantilla de personal, y no cuenta con el servicio civil de carrera. Cabe señalar que dicho municipio es gobernado por el PAN, desde 1989.

Ninguna de las citadas administraciones ha reducido el tamaño de su plantilla de personal, postulado emblemático para la NGP, y sigue siendo la ausencia del servicio civil de carrera, una asignatura pendiente en las administraciones municipales.

Tabla 2.- Valoración de la intensidad de la NGP en mejora regulatoria (1998-2008)				
<i>Tipo de acciones</i>	<i>Culiacán</i>	<i>Hermosillo</i>	<i>Zacatecas</i>	<i>León</i>
Eliminación de trámites	x	x	x	x
Centros de atención empresarial	x	x		x
Capacitación empresarial	x	x	x	x
Incentivos fiscales	x	x	x	x
Financiamiento a proyectos productivos	x	x	x	x
Integración internacional				x
Ventanilla única	x	x		x
Total	8.574	8.574	5.716	10.0

Fuente: Elaboración propia. Valor por asignación: 1.429

En lo que se refiere a mejora regulatoria, las administraciones municipales del PRI (Culiacán) y del PAN (Hermosillo) tienen la misma intensidad con relación a las recomendaciones de la NGP, encaminados a facilitar el desempeño de los agentes económicos, minimizando los costos de transacción propios de una regulación rígida. Entre esas acciones, se pueden señalar la eliminación de trámites, centros de atención empresarial, incentivos fiscales y financiamiento a proyectos productivos; les falta integración internacional. En ese sentido, ambos municipios han abordado dos de las tres esferas de acción propuestas por Tamayo y de Haro (2004): la esfera administrativa, orientada a modernizar y agilizar los trámites y la esfera institucional, que comprende aquellas acciones que crean instancias y reglas para operar los programas de mejora regulatoria.

Por su parte, en Zacatecas se tienen avances importantes en este renglón, quedando pendiente la creación de un centro de atención empresarial y la ventanilla única. El municipio de León cuenta a cabalidad, con todas las acciones comprendidas en este rubro (ver tabla 2).

Tabla 3.- Valoración de la intensidad de la NGP en gobierno electrónico (1998-2008)

<i>Tipo de acciones</i>	<i>Culiacán</i>	<i>Hermosillo</i>	<i>Zacatecas</i>	<i>León</i>
Instalación de kioscos informativos			x	x
Ciudad digital	x			
Comunicación con el ciudadano, mediante medios masivos	x	x	x	x
Gobierno electrónico o sistemas integrales de administración (cobro de impuestos)	x	x		x
Sistema electrónico de quejas, sugerencias y guías de trámites	x	x	x	x
Sistema electrónico de procesos administrativos internos	x	x	x	x
Página electrónica	x	x	x	x
Total	8.574	7.145	7.145	8.574

Fuente: Elaboración propia. Valor por asignación: 1.429

En el rubro de gobierno electrónico, tanto las administraciones municipales de Culiacán (PRI), Hermosillo (PAN) y Zacatecas (PRD) manifiestan una gran intensidad con lo dispuesto por la NGP, en razón de que hay un uso intensivo de las tecnologías de información para optimizar el funcionamiento del sector público. Entre otras acciones, se encuentran aquellas encaminadas a mejorar la interacción con la ciudadanía, alentar su participación y acceso a diferentes tipos de información; hacer más eficiente sus procesos internos; la prestación de servicios públicos; y la integración de todos los servicios gubernamentales en un solo portal, facilitando la información completa sobre el gobierno. Por su parte, el municipio de León cumple con todas las acciones consideradas en este rubro, con excepción de la ciudad digital (ver tabla 3).

Tabla 4.- Valoración de la intensidad de la NGP en participación ciudadana (visión del ciudadano como cliente) (1998-2008)

<i>Tipo de acciones</i>	<i>Culiacán</i>	<i>Hermosillo</i>	<i>Zacatecas</i>	<i>León</i>
Buzones electrónicos de quejas y sugerencias	x	x		x
Línea telefónica de atención ciudadana	x	x		x
Manuales de servicios públicos o guías de usuarios	x	x	x	x
Módulos de atención ciudadana	x	x		x
Encuestas de opinión				x
Métodos de consulta ciudadana	x	x	x	x
Programas y premios a la calidad		x		x
Auditoría ciudadana				
Total	6.250	7.500	2.500	8.750

Fuente: elaboración propia. Valor por asignación: 1.250

En cuanto a participación ciudadana (visión del ciudadano como cliente), a partir de los datos obtenidos se pueden extraer varias observaciones. Las administraciones municipales del PAN en Hermosillo cuentan con un mayor porcentaje de intensidad con relación a las medidas propuestas por la NGP, en el sentido de que los gobiernos adoptan un enfoque de orientación al cliente, que en el caso particular de Hermosillo, sus autoridades realizaron acciones tales como buzones electrónicos de quejas y sugerencias, normas de servicios públicos, módulos de atención ciudadana, entre otras. Las acciones no desarrolladas son la aplicación de encuestas de opinión a la ciudadanía y la auditoría ciudadana.

Le sigue el ayuntamiento de Culiacán (PRI), al desarrollar un importante número de acciones encaminadas a mejorar la calidad de los servicios públicos y la atención al ciudadano (el principal *output* de los gobiernos municipales); sin embargo, no aplica encuestas de opinión a la ciudadanía, no cuenta con programas y premios para la calidad, ni con auditoría ciudadana.

Las administraciones municipales de Zacatecas (PRD), únicamente cuentan con manuales de servicios públicos y métodos de consulta ciudadana, por lo que la plataforma tecnológica, por una parte, debe orientarse a los servicios responsivos y desplegar un mayor número de acciones orientadas al ciudadano-cliente.

Por su parte, el municipio de León (PAN) cuenta con un amplio abanico de acciones que se concentran en tratar de mejorar la calidad de los servicios públicos, lo que explica, en parte, su permanencia en el gobierno municipal de manera ininterrumpida, desde 1989 (ver tabla 4).

Tabla 5.- Valoración de la intensidad de la gobernabilidad democrática de la participación ciudadana en la gestión pública (cogestión) (1998-2008)

<i>Tipo de acciones</i>	<i>Culiacán</i>	<i>Hermosillo</i>	<i>Zacatecas</i>	<i>León</i>
Comités comunitarios	x	x	x	x
Mecanismos de cogestión en toma de decisiones	x	x	x	x
Transversalidad de la atención de las demandas	x	x	x	x
Consejos consultivos para el diseño de políticas públicas	x	x	x	x
Programas específicos de atención ciudadana	x	x	x	x
Dependencias municipales de atención ciudadana	x	x	x	x
Consulta pública	x	x	x	x
Total	10.0	10.0	10.0	10.0

Fuente: Elaboración propia. Valor por asignación: 1.429

De la participación ciudadana en la gestión pública, entendida como las acciones y programas “enfocadas a democratizar la toma de decisiones de los gobiernos mediante la inclusión de la ciudadanía, a través de mecanismos consultivos, cooperativos, de decisión o de evaluación” (Cabrero y Peña, 2005: 15), la tabla 5 acredita, que más allá de las diferencias ideológicas, los tres municipios bajo estudio cuentan con programas y acciones variadas orientadas a hacer más intensiva la acción pública local.

Tabla 6.- Total de intensidad de la NGP (1998-2008)

<i>Municipios</i>	<i>Estructura organizacional</i>	<i>Mejora regulatoria</i>	<i>Gobierno electrónico</i>	<i>Participación ciudadana (cliente)</i>	<i>Participación ciudadana (cogestión)</i>	<i>Total (intensidad)</i>
Culiacán	3.333	8.574	8.574	6.250	10.0	36.731
Hermosillo	6.666	8.574	7.145	7.500	10.0	39.885
Zacatecas	2.222	5.716	7.145	2.500	10.0	26.162
León	8.888	10.0	8.574	8.750	10.0	46.212

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 6 resume los resultados. Se observa que en lo relativo a la categoría de estructura organizacional, la mayor intensidad de uso de las recomendaciones de la NGP le corresponde a Hermosillo (PAN); en mejora regulatoria, hay un porcentaje igual de intensidad entre Culiacán (PRI) y Hermosillo (PAN); en gobierno electrónico, Culiacán (PRI) lo encabeza con acciones de uso óptimo de TICs; en participación ciudadana (como cliente), Hermosillo (PAN) reúne un porcentaje mayor de acciones de clientelización; mientras que en lo relativo a la participación ciudadana (cogestión), la intensidad con relación a los postulados de la gobernabilidad democrática, los tres municipios cuentan con el 100% de los programas, acciones y mecanismos orientados a democratizar la gestión pública local. Por último, también se aprecia que el municipio de León tiene porcentajes altos de intensidad con los postulados de la NGP.

4. Conclusiones

Las administraciones municipales del PAN en Hermosillo reflejan una mayor intensidad de las recomendaciones de la NGP en estructura organizacional, al contar con una valorización del 6.666; mientras que las administraciones municipales de Culiacán (PRI) alcanzan un 3.333 y las de Zacatecas (PRD) el 2.222. Ninguna de las citadas administraciones ha reducido el tamaño de su plantilla de personal, postulado emblemático para la NGP, y sigue siendo la ausencia del servicio civil de carrera, una asignatura pendiente en las administraciones municipales.

En cuanto a mejora regulatoria, las administraciones municipales del PRI (Culiacán) y del PAN (Hermosillo) tienen la misma intensidad con relación a las recomendaciones de la NGP (8.574). Entre esas acciones, encaminadas a facilitar el desempeño de los agentes económicos, minimizando los costos de transacción propios de una regulación rígida, se pueden señalar la eliminación de trámites, centros de atención empresarial, incentivos fiscales y financiamiento a proyectos productivos; les falta integración internacional, aunque la administración municipal de Hermosillo (PRI) estableció en el año 2008 el Centro de Desarrollo de Negocios como una vía para relacionarse con empresas pequeñas y medianas de los Estados Unidos. En ese sentido, ambos municipios han abordado dos de

las tres esferas de acción propuestas por Tamayo y de Haro (2004) citadas anteriormente. Por su parte, en Zacatecas (PRD) se tienen avances importantes en este renglón, quedando pendiente la creación de un centro de atención empresarial y la ventanilla única, al alcanzar una valorización de 5.716.

Frente al cambio político del gobierno municipal de Hermosillo en el periodo 2006-2009, el gobierno priista continúa con el programa de mejora regulatoria con un proyecto más ambicioso al crear una Comisión de Fomento Económico y el Centro de Desarrollo de Negocios adoptando el modelo implementado por el gobierno de Estados Unidos denominado “*Small Business Development Center*”; estas actividades se desarrollaron de manera coordinada con el Gobierno del Estado, de filiación del PRI. En contraparte, dado el carácter dividido o yuxtapuesto del gobierno estatal de Sonora, las relaciones intergubernamentales en este rubro entre las autoridades panistas y el Gobierno del Estado no se dieron con la fluidez requerida. En el caso de Zacatecas, el gobierno municipal panista encabezado en el periodo 2007-2010, le ha dado continuidad al programa de mejora regulatoria a través de apoyos a sectores productivos, y la simplificación de trámites mediante el Sistema de Apertura Rápida de Empresas; es el mismo caso del municipio de Culiacán, con la salvedad de que con el apoyo del Gobierno del Estado, se han generado condiciones para facilitar los trámites de apertura de empresas, tanto estatales como municipales, en el marco de las relaciones intergubernamentales.

En materia de gobierno electrónico, tanto las administraciones municipales de Culiacán (PRI), Hermosillo (PAN) y Zacatecas (PRD) manifiestan una gran intensidad con lo dispuesto por la NGP, al contar con una valorización de 8.574, 7.145 y 7.145 respectivamente, en razón de que hay un uso intensivo de las tecnologías de información para optimizar el funcionamiento del sector público. Entre otras acciones, se encuentran aquellas encaminadas a mejorar la interacción con la ciudadanía, alentar su participación y acceso a diferentes tipos de información; hacer más eficiente sus procesos internos; la prestación de servicios públicos; y la integración de todos los servicios gubernamentales en un solo portal, facilitando la información completa sobre el gobierno. El gobierno electrónico es una práctica común en los gobiernos locales del mundo, enfocado a brindar servicios de trámites a la ciudadanía como es el caso chileno, un portal de negocios como el que ofrece el ayuntamiento de Barcelona, la creación de espacios de participación ciudadana para los procesos planificadores, como lo hace la Prefectura de Río de Janeiro, entre otros ejemplos. Adicionalmente, es conveniente señalar que las administraciones priistas de Culiacán y Hermosillo cuentan con el programa denominado “Ciudad Digital”, en el que ofrecen internet gratuito a la población en diferentes puntos de la ciudad.

Para los gobiernos de los tres municipios, la participación ciudadana se constituye en un eje central de su agenda; sin embargo, se advierten diferentes formas y mecanismos para promoverla. Los gobiernos municipales priistas de Culiacán han orientado sus esfuerzos en promover la participación institucionalizada, a través de la conformación de comités comunitarios en colonias populares, el Consejo de Planeación Municipal (COPLAM) y los consejos consultivos de seguridad pública, aseo y limpia y el Instituto Municipal de Planeación Urbana (IMPLAN), figuras a través de las cuales la ciudadanía participa en los

procesos decisorios y son correas de transmisión de demandas hacia el gobierno local; ello no obsta para que se dé la participación clientelística, -dado el carácter corporativo del PRI- entendida ésta como “aquella en la que la autoridad y los individuos o grupos se relacionan con las instancias de gobierno a través de un intercambio de bienes o favores (votos)” (Ziccardi, 2002: 44).

Por su parte, las autoridades del PAN en Hermosillo han formalizado sus mecanismos de participación ciudadana institucionalizada, principalmente a través de programas “sello” de carácter individual como el de Miércoles ciudadano, audiencias públicas y la creación de figuras como el COPLAM, Consejo de Desarrollo Social y los Comités de desarrollo comunitario, así como las Asociaciones de vecinos (AVES) que involucran a un mayor número de personas, organización creada desde el gobierno, lo que implica de alguna manera, control social y político por parte de las autoridades panistas a través de los programas Colonia segura, Contigo en tu colonia y Contigo en tu comunidad, que son de carácter asistencial. A este proceso, desde el punto de vista teórico se denomina isomorfismo institucional, ya que los gobiernos locales panistas tienden a incorporar las prácticas y los procesos que están socialmente institucionalizados (Miércoles ciudadano, Audiencias públicas) y se convierten en la forma natural de actuar.

En este contexto de programas institucionalizados y de comités comunitarios creados por las autoridades panistas durante tres periodos de gobierno, el nuevo presidente municipal de Hermosillo que proviene de un partido distinto (PRI) formaliza un nuevo reglamento de participación ciudadana en el que se constituyen comités ciudadanos de participación social y comités consultivos para la elaboración de presupuestos de infraestructura urbana, y establece la figura de auditor ciudadano para calificar y mejorar los servicios públicos que resulten deficientes en su desempeño, muy acorde con el concepto de ciudadano-cliente.

En Zacatecas, se presenta una participación social institucionalizada a través de dos figuras: los Comités de participación social, y una organización cúpula denominada Consejo de Desarrollo Social Municipal. La administración municipal le da énfasis a la planeación democrática del desarrollo vecinal en la distribución de los recursos, dándosele prioridad a la población que se encuentra en pobreza extrema, en las áreas urbana y rural. Ante la alternancia política, el presidente municipal de extracción panista, establece un programa “Presidente en tu colonia” para dar respuesta a las demandas ciudadanas; esto es, retoma las prácticas del PAN, como ya se ha referido en párrafos anteriores.

En cuanto a la intensidad de la NGP en la participación ciudadana (visión del ciudadano como cliente), la administración municipal de Hermosillo (PAN) cuenta con un mayor porcentaje al obtener 7.500; mientras que Culiacán (PRI) obtuvo un 6.250 y Zacatecas (PRD) 2.500.

Referente a la intensidad de la gobernabilidad democrática en la participación ciudadana en la gestión pública (cogestión), más allá de las diferencias ideológicas, los tres municipios bajo estudio cuentan con programas y acciones variadas orientadas a hacer más intensiva la

acción pública local, - particularmente en materia de desarrollo urbano y en presupuesto participativo - al obtener una valorización del 10.000.

De acuerdo a las experiencias municipales de participación ciudadana, en donde la mayor parte se sitúa en Cataluña, los investigadores de la Universidad Autónoma de Barcelona concluyen lo siguiente: los partidos más moderados ideológicamente, tienden a utilizar la participación ciudadana en ocasiones puntuales, los partidos más radicales tienden a situar estos mecanismos participativos dentro de un proyecto de transformación del sistema de funcionamiento de la democracia local (Font y Blanco, 2005:7). Esta conclusión es atendible para este estudio, ya que el PRI y el PAN promueven dicha participación en función de comités ciudadanos para labores de gestoría, orientación y corresponsabilidad; mientras que el PRD le asigna un papel de cogestión de los asuntos públicos y el fortalecimiento de la democracia local.

Tanto partidos de izquierda como moderados, le atribuyen un instrumental básico a la participación ciudadana: la mejora de la calidad de las decisiones públicas; fortalece la legitimidad pública de las decisiones, permite anticiparse a posibles conflictos y puede ser buena estrategia para lograr la corresponsabilidad de determinados agentes clave, para el buen desarrollo de las políticas públicas. Dadas las evidencias de esta investigación, los municipios mexicanos bajo estudio cumplen con esta premisa, aunado al hecho de que se está generando un proceso de aprendizaje colectivo de organización y participación gobierno – sociedad.

Referencias bibliográficas

- Ayuntamiento de Culiacán. *Informes de gobierno*, (1999-2001), (2002-2004), (2005-2007), (2007-2010).
- Ayuntamiento de Hermosillo. *Informes de gobierno*, (1998-2000), (2000-2003), (2004-2006), (2007-2009).
- Ayuntamiento de Zacatecas. *Informes de gobierno*, (1999-2001), (2002-2004), (2005-2007), (2007-2010).
- Barzelay, M. (2003). *La nueva gestión pública. Un acercamiento a la investigación y al debate de las políticas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bouckaert, G. y Pollit, C. (2000). *Reforma de la Gestión Pública: Un Análisis Comparativo*. Oxford: Oxford University Press.
- Cabrero, E. y Peña, J. (2005) “Instrumentos del *New public management* para construir una *New public governance*. El caso de los gobiernos locales en México. Disponible en [www.premiomunicipal.org.mx/Premio2004/docs/Instrumentos New Public Governance.doc](http://www.premiomunicipal.org.mx/Premio2004/docs/Instrumentos%20New%20Public%20Governance.doc) (consultada en mayo 5 de 2011).
- Cistoldi, P. (2002) “Gobierno electrónico: contextos, coyunturas y procesos”. Disponible en <http://www.ag.org.ar/4congreso/Ponencias/Petrone/doc>. Consultado Mayo 17 de 2011.
- Espinoza Valle, Víctor Alejandro (1998). *Alternancia política y gestión pública: el Partido Acción Nacional en el gobierno de Baja California*. El Colegio de la Frontera Norte.

- Font, J. y Blanco, I. (2005). “¿Qué hay detrás de la oferta de participación? El rol de los factores instrumentales e ideológicos en los mecanismos españoles de participación”. *Revista Reforma y Democracia del CLAD* núm.31, pág. 7, Caracas.
- Lind, Douglas A., Marchal, William G., y Wathen, Samuel A. (2008). *Estadística Aplicada a los negocios y a los negocios*. Decimotercera Edición. McGraw-Hill. México.
- Longo, F. y Echebarría, K. (2005). “La nueva gestión pública en la reforma de núcleo estratégico del gobierno: experiencias latinoamericanas”, en *Nueva Gestión Pública y Regulación de América Latina*. Venezuela: CLAD.
- Mintzberg, H. (2004). “A typology of Organizational Structure” en Miller, *Organizations: A Quantum View*. USA: Sage.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2000a), *Reporte de Reforma Regulatoria*. París. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (1995). *Governance in Transition: Public Management Reforms in OECD Countries*. París.
- Peters, B. J. (1996). *The Future of Governing: Four Emerging Models*. Lawrence: University Press of Kansas.
- Tamayo, R. y de Haro, A. (2004). “El proceso de mejora regulatoria en el municipio urbano mexicano: una primera aproximación”. *Gestión y Política Pública*, vol. XIII, núm. 2, CIDE. México.
- Ziccardi, A. (2002) “La participación ciudadana en la gestión municipal. Notas a partir de la Encuesta Nacional sobre Desarrollo Institucional”. México: Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM.

INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y OBJETIVIDAD

Jaime Apolinar Martínez Arroyo corredor42195@hotmail.com U.M.S.N.H
Marco Alberto Valenzo Jiménez marcovalenzo@hotmail.com U.M.S.N.H
Irma Cristina Espitia Moreno ic_em_3@hotmail.com U.M.S.N.H

Resumen:

Es indudable que la investigación científica en ciencias sociales que se lleva a cabo hoy en día, nos plantea un problema con la objetividad y la verdad del conocimiento, generar información confiable y altamente objetiva, es vital por todas las diversas razones que esto implica.

Por lo tanto, es necesario que el científico social se desprenda de todos los prejuicios y las suposiciones, en donde este separe los juicios de hecho de los juicios de valor (Lowy, 1986). El fin del investigador social debe ser alcanzar la neutralidad imparcial y objetiva durante todo el tiempo de la investigación así como en todos los procesos de la misma. Es decir las observaciones del investigador del objeto de estudio deben ser neutrales, objetivas y muy destacadas del fenómeno.

Este artículo está dirigido a resaltar la importancia de la objetividad en la investigación científica. Y se plantea un modelo para realizar el enunciado del problema de manera objetiva.

Palabras clave. Objetividad, investigación científica, ciencias sociales

Abstract

Undoubtedly, the social science research that is carried out today, we have a problem with objectivity and truth of knowledge, generate highly objective and reliable information is vital for all the different reasons that this implies. Therefore, it is necessary that the social scientist appears from all the prejudices and assumptions, where the separate judgments of fact and value judgments (Lowy, 1986). The social researcher's aim should be to achieve the objective and impartial neutrality during the time of the investigation and processes all the same. That is the researcher's observations of the subject matter must be neutral, objective and very prominent phenomenon. This article is intended to highlight the importance of objectivity in scientific research. And it presents a model for the problem statement objectively

Key words: Objectivity, scientific research, social sciences

INTRODUCCIÓN

Al considerar la influencia de la ciencia sobre la vida humana, tenemos por consiguiente, que considerar tres aspectos más o menos enlazados entre sí. El primero es la naturaleza y objeto del conocimiento científico; el segundo es el mayor poder de manipulación que se deriva de la técnica científica; el tercero son los cambios en la vida social y en las instituciones tradicionales que resultan de las nuevas formas de organización exigidas por la técnica científica. La ciencia, como conocimiento, es la razón fundamental de los otros dos aspectos, puesto que todos los efectos que la ciencia produce son el resultado del conocimiento por ella conseguido (Russel, 1988).

Desde el nacimiento de las Ciencias Sociales en la edad moderna, que es contemporáneo del surgimiento de las ciencias naturales en el siglo XVII, se vio con sospecha lo que ahora conocemos como ciencias sociales. Se presupuso que las llamadas ciencias naturales eran ciencias exactas porque utilizaban los métodos de observación y experimentación; y por el rigor matemático de éstas se les presentó como los paradigmas últimos y verdaderos del conocimiento. Frente a este panorama, muchas cosas que tienen que ver con el hombre como las ciencias sociales, fueron vistas con sospechas. Se pensó inicialmente en la posibilidad de que esto no fuera ciencia.

Sin embargo, contemporáneamente encontramos que esta sospecha de inexactitud de las ciencias sociales adquiere la dimensión de una crisis general del conocimiento de lo social. Las ciencias sociales se han ido llenando de una parte llamada subjetiva, fundamentalmente alrededor de los estudios psicológicos que se han introducido en la economía, la sociología y en muchos ámbitos. Esto evidentemente es un reto muy importante para la presentación e identificación de su objeto de estudio (Iglesias, 1996). Nadie puede ignorar que la realidad de la investigación científica en ciencias sociales es que la subjetividad es inseparable.

La objetividad puede ser entendida como la ausencia de parcialidad y de coloración emotiva, la objetividad equivale al postulado de eliminar al máximo el elemento emotivo y la parcialidad que deforman el conocimiento verdadero, es decir los elimina en el proceso cognoscitivo. La objetividad, en esta acepción, siempre está afectada por la subjetividad y nunca puede ser absoluta; es humana y por tanto relativa siempre constituye un proceso, un devenir. Por lo tanto, entendemos por factor subjetivo lo que el sujeto cognoscente introduce en el proceso de conocimiento y porque está unido orgánicamente al mismo sujeto.

En este mismo sentido Bunge menciona, que sólo una epistemología realista podrá inspirar una producción fecunda de ciencia y conocimiento ininterrumpidamente a favor de la ciencia y de la sociedad, en donde el conocimiento producido tenga una clara inclinación hacia la universalidad (algo difícil de cumplir en el campo de las ciencias sociales, debido principalmente al objeto de estudio) así como una orientación hacia la objetividad. Por lo anterior es que debemos de resaltar la importancia de la epistemología en los tiempos

actuales no solamente en las sociedades del conocimiento sino en cualquier lugar del orbe donde la intención sea la de generar y ampliar el conocimiento.

La epistemología la define Bunge; como la rama de la filosofía que estudia la investigación científica y su producto, el conocimiento científico. De esta manera la epistemología es una parte muy importante de la filosofía de forma conceptual y profesional, tanto por la naturaleza y alcance del conocimiento científico buscado, así porque además esta busca y procura motivar o establecer una conciencia filosófica más crítica y más profunda dentro de la conciencia del investigador así como de los valores de su conducta (Bunge, 2006).

Es así como la investigación científica en ciencias sociales que se lleva a cabo hoy en día, nos plantea un problema que tiene que ver con la objetividad y con la verdad del conocimiento generado en las investigaciones desarrolladas en esta área, hoy en día es vital más que nunca generar información confiable y altamente objetiva, por todas las diversas razones que esto implica.

Por lo tanto, es necesario que el científico social se desprenda de los prejuicios y las suposiciones, en donde este, separe los juicios de hecho de los juicios de valor (Lowy, 1986). El fin del investigador social debe ser alcanzar la neutralidad imparcial y objetiva durante todo el tiempo de la investigación así como en todos los procesos de la misma. Es decir las observaciones del investigador del objeto de estudio deben ser neutrales, objetivas y muy destacadas del fenómeno.

Por otro lado, y manteniendo esta misma línea Max Weber menciona que, “cada vez que un hombre de ciencia hace intervenir su propio juicio de valor, ya no hay comprensión integral de los hechos” (Weber, 1959). Continuando con Weber, este reconoce que, en lo que se refiere a las ciencias sociales, los valores del observador desempeñan cierto papel.

Sin embargo también el mismo Lowy recalca lo siguiente, “la buena voluntad y el ardiente deseo de ser objetivo de ninguna manera bastan para acallar los prejuicios”. Dejemos que la ciencia la cual se concentra en el saber verdadero, demostrado, que es metódica, objetiva y que genera un conocimiento verificable cumpla con su objetivo y sobre todo lo que se trata es llegar a la ciencia como saber vivo, como conocer, esto es, a la ciencia concebida como una manera de construir el conocimiento (Iglesias, 1996).

REFERENCIAS TEORICAS

La ciencia en su carácter de fenómeno social se ocupa de los problemas, su resultado es el saber, este surge como una consecuencia de la ciencia, por lo tanto, la objetividad es una característica central y esencial de la metodología científica. La objetividad es el acuerdo entre los jueces expertos respecto a lo que se observa. Los métodos objetivos de observación son aquellos donde, cualquiera que siga las reglas prescritas, asignará los mismos valores numéricos a objetos y conjuntos de objetos como lo haría cualquier otra persona (Kerlinger & Lee, 2002).

Por lo tanto, el objeto no puede contraponerse a los contenidos del pensamiento, sólo cabe mantener una distinción entre “objetivo” y “subjetivo”, haciendo a lo objetivo entendido como lo que está informado por las categorías del sujeto trascendental, equivalente a lo universal válido para todo ser pensante, en posición a lo subjetivo considerado como lo existente sólo para los individuos (Diccionario de Filosofía de Walter Brugger, 2005). De tal forma que a la ciencia se le exige objetividad.

La objetividad es definida como “el carácter de lo que es objeto”. En este significado la objetividad, es el ideal de la investigación científica, ideal al que se aproxima en la medida en que dispone de procedimientos adecuados (Diccionario de Filosofía de Abbagnano, Nicola, 2007).

La objetividad es la cualidad inherente a lo objetivo frente a lo subjetivo o puramente especulativo (Sánchez, 1983).

Se habla de objetividad en la ciencia, o, en el proceso de investigación cuando una y otro están fundados en el “objeto” y de acuerdo con leyes estables y controladas que a su vez permiten hacer “previsiones”. La metodología de investigación científica ofrece procedimientos para conseguir esta objetividad en los procesos de “observación e investigación”.

Atendiendo al sentido literal es aquello que implica relación con el objeto y que mediante la práctica se desea asegurar la claridad objetiva de las observaciones realizadas, en este sentido debe darse algo de manera accesible e inmediata y con poca intervención de la subjetividad. Es decir que la objetividad de los enunciados resista ante la presión y seducción de los intereses personales.

Por otro lado, Mario Bunge también afirma que los rasgos esenciales del tipo de conocimiento que alcanzan las ciencias de la naturaleza y de la sociedad son la racionalidad y la objetividad, define y explica ambos de la siguiente manera.

El conocimiento racional: Es aquel que está constituido por conceptos, juicios y raciocinios y no por sensaciones, imágenes, pautas de conducta, etc. Sin duda, el científico percibe, forma imágenes (por ejemplo, modelos visualizables) y hace operaciones; Además, que tanto el punto de partida como el punto final de su trabajo son ideas; que no se amontonan arbitrariamente, o de forma cronológica, sino que se organizan en sistemas de ideas, esto es en conjuntos ordenados de proposiciones (teorías).

El conocimiento científico de la realidad es objetivo cuando: concuerda aproximadamente con su objeto; y es válido decir que busca alcanzar la verdad fáctica. Ambos aspectos de la ciencia la racionalidad y la objetividad, están firmemente adheridos (Bunge,1963).

La objetividad es aquella que mediante ella los científicos buscan conocer, explicar y predecir la realidad, por ende se esfuerzan por desprenderse al máximo de sus gustos y preferencias personales, de sus opiniones y prejuicios, en suma de su personalidad, para aproximarse al conocimiento con la finalidad de tomar mejores decisiones. Están consientes

de que la cultura y su época colocan gafas a su mirada. No obstante, se afanan deliberadamente en impedir la infiltración del análisis de los fenómenos bajo su vista (Arias Galicia, 2004).

Por otro lado, es importante mencionar los tres elementos que intervienen en el proceso de generación de conocimiento; el sujeto cognoscente, el objeto y el conocimiento, y por proceso de conocimiento se entiende como la interacción específica entre el sujeto cognoscente y el objeto de conocimiento que da como resultado al producto mental llamado conocimiento. Además como producto de las relaciones entre estos tres elementos se distinguen tres modelos principales del proceso del conocimiento.

- ❖ Modelo de la Teoría del reflejo. De acuerdo con esta concepción el objeto del conocimiento actúa sobre el aparato perceptivo del sujeto el cual es un agente pasivo, contemplativo y receptivo; el producto de este proceso, el conocimiento es un reflejo o copia del objeto, reflejo cuya génesis está en la relación con la acción mecánica del objeto sobre el sujeto. Este modelo supone, pues, que el sujeto es un agente pasivo, contemplativo y receptivo, cuyo papel en la relación cognoscitiva es registrar los estímulos procedentes del exterior, a modo de espejo en el caso de las percepciones visuales. Las diferencias entre las imágenes de la realidad percibidas por diferentes sujetos cognoscentes se reducen a las diferencias individuales o genéricas del aparato perceptivo.
- ❖ Modelo Idealista y activista, el predominio, o la exclusividad, vuelve al sujeto cognoscente que percibe al objeto de conocimiento como su producción. En este segundo modelo de la relación cognoscitiva: la atención se concentra en el sujeto al que se atribuye incluso el papel de creador de la realidad. El papel del sujeto se destaca más. Ello confirma una vez más la tesis psicológica que pretende que el fundamento teórico del que se parte para proceder a las observaciones y análisis determina la fijación de la atención en tal o cual aspecto de la realidad.
- ❖ En el tercer modelo que es opuesto al modelo mecanicista, pero al revés del idealista subjetivo que escamotea en forma mística al objeto de conocimiento, sólo deja en el campo de batalla el sujeto cognoscente. Propone en el marco de una teoría del reflejo modificada, una relación cognoscitiva en la cual el sujeto y el objeto mantienen una existencia objetiva y real, a la vez que actúan el uno sobre el otro. Esta interacción se produce en el marco de la práctica social del sujeto que percibe al objeto en y por su actividad.

Por lo tanto, es evidente que la elección de uno de los tres modelos implica importantes consecuencias para el conjunto de la actividad científica y en particular para la concepción de la verdad. Es indudable que el objeto de conocimiento, fuente exterior de las percepciones sensibles del sujeto cognoscente, existe objetivamente; es decir fuera e independientemente de cualquier espíritu cognoscente, En este modelo se ve en el sujeto al término principal de la relación cognoscitiva.

En esta misma dirección, en la filosofía Marxista se incluye el importante modelo objetivo-activista de la relación cognoscitiva en el cual se hace la siguiente pregunta. ¿Cómo se plantea actualmente el problema de la objetividad del conocimiento? Para dar respuesta a esta se distinguen tres diferentes acepciones del término objetivo que se mencionan a continuación.

Primero, es “objetivo” lo que procede del objeto. En este sentido, se entiende por “objetivo” el conocimiento que refleja en la conciencia cognoscente el objeto que existe fuera e independiente-directamente de ésta, de manera opuesta al conocimiento “subjetivo” que crea su objeto.

Segundo, es objetivo lo que es válido para todos y no sólo para tal o cual individuo. Por consiguiente, es “objetivo el conocimiento que tiene una validez universal y no sólo individual (conocimiento subjetivo).

Tercero, es “objetivo” lo que está exento de emotividad y por consiguiente, de parcialidad (de manera opuesta a lo “subjetivo”) (Schaff, 1974).

Después de haber expuesto las referencias teóricas que sustentan esta propuesta, se procede a plantear la problemática.

PROBLEMÁTICA

¿Es posible la objetividad en las ciencias sociales? ¿Cómo conciliar ese carácter partidario con el conocimiento objetivo de la verdad? Estas preguntas se encuentran en el centro del debate metodológico en muchas disciplinas entre ellas las ciencias sociales y la epistemología desde hace más de un siglo (Lowy, 1986).

El conocimiento científico es un saber buscado y metódico, no espontáneo y menos caprichoso e improvisado, en el cuál el objeto de estudio es el insumo básico de la ciencia. Es ahí a donde se dirigen las actividades del investigador, por lo tanto esto debería de dar como resultado una información altamente objetiva, puesto que proviene del objeto observado. Por lo tanto hablar de la objetividad del conocimiento científico pudiera parecer redundante, puesto que si es científico, es obvio que debe tener una validez objetiva, y debido a esto también tener una aceptación pública (García, 1955).

Sin embargo es posible que durante el proceso existan problemas de carácter metodológico, los cuales son atribuibles directamente al investigador ya que estos inciden directamente en el contenido de subjetividad en la información generada. Entendiéndose por objetiva como una propiedad de los objetos y por subjetiva como una representación de las relaciones de las cosas con el sujeto, o sea, una relación con el que las piensa (Diccionario de Filosofía de Abbagnano, Nicola, 2007).

El conocimiento es un hecho de la naturaleza; puede ser descrito según sus especies y formas de enlace, e investigado en sus relaciones. Por otra parte, el conocimiento, por

esencia, es conocimiento de un objeto, y es inmanente, con el cual se refiere a un objeto (Husserl, 1982).

Como se menciona anteriormente, es indudable que la investigación científica en ciencias sociales hoy en día, nos plantea un problema que tiene que ver con la objetividad y la verdad, en donde el génesis de la investigación es la identificación del problema en el objeto de estudio, por lo tanto es muy importante que la enunciación del planteamiento del problema se realice con un conocimiento pleno y objetivo del problema, principalmente debido a que el resto de la investigación se realizara teniendo como guía el problema planteado, por lo tanto resulta infructuoso resaltar todas las consecuencias que se derivaran de lo anterior.

Según Popper, las palabras “objetivo” y “subjetivo” son términos filosóficos cargados de una pesada herencia de usos contradictorios y de discusiones interminables y nunca concluyentes. Continuando con Popper menciona que Kant, utiliza la palabra “objetivo” para indicar que el conocimiento científico ha de ser justificable, independientemente de los caprichos de nadie; una justificación es “objetiva” si en principio puede ser contrastada y entendida por cualquier persona. Si algo es válido, para quien quiera que esté en uso de razón, entonces su fundamento es objetivo y suficiente. Continuando con Kant este aplica la palabra subjetivo, a nuestros sentimientos de convicción (Popper, 2003).

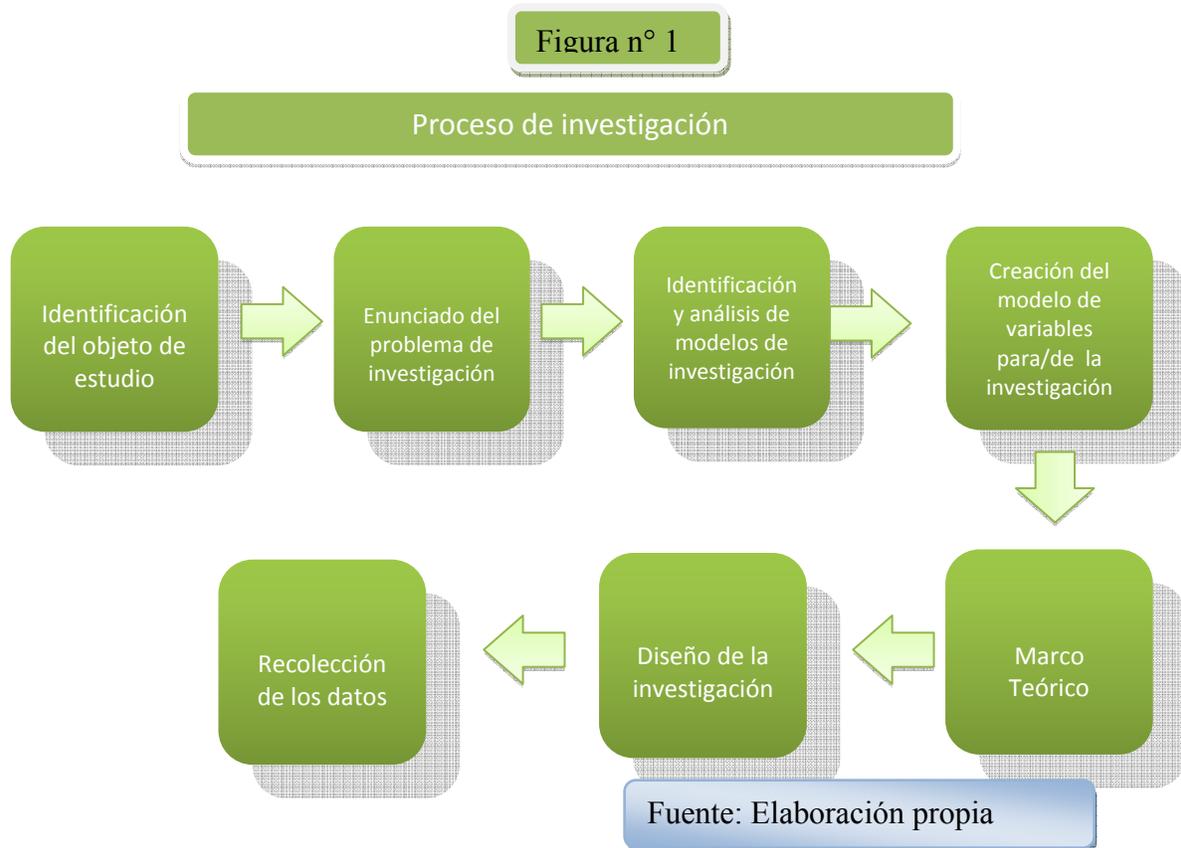
Conceptualmente se dice que la ciencia se concentra en el saber verdadero, demostrado metódicamente, verificable y objetivo, esto pareciera estar encajonado en una serie de esquemas, formulas, leyes ya dadas, sin embargo de lo que se trata es de ver a la ciencia como un saber vivo, que permite conocer, es decir concebir a la ciencia como una manera de construir el conocimiento objetivo.

Algunos los autores como Ackoff manifiestan, que en una investigación social, un problema correctamente planteado esta parcialmente resuelto; a mayor exactitud hay más posibilidad de obtener mejores soluciones (Ackoff, 1967). El investigador debe de ser capaz de conceptuar el problema y escribirlo en forma clara, precisa y accesible (Hernández Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2006).

En la investigación científica en ciencias sociales, el entendimiento y conocimiento del objeto de estudio ha sido en muchas ocasiones de manera parcial y normalmente bajo una óptica particular, por lo tanto, bajo esta perspectiva muestra algunas limitaciones, principalmente en cuanto a la identificación y la articulación del problema de investigación así como el alcance y profundidad del conocimiento generado. El entendimiento de un objeto parcial y con una perspectiva particular tiene pues, sus limitaciones y se requiere una mejor articulación que de un mayor alcance y una mayor profundidad al saber científico. De tal forma, que el conocimiento científico objetivo significa un desprendimiento de las contaminaciones del sujeto. Nos referimos a la voluntad del científico de mantener su subjetividad alejada de la investigación en todo tiempo.

En la figura N° 1 se explica el paradigma bajo el cual algunos investigadores realizan la investigación científica en ciencias sociales.

El proceso inicia con la identificación del objeto de estudio, este trabajo es relativamente sencillo debido a que normalmente el investigador identifica su objeto de estudio en base al conocimiento previo sobre este, además existe afinidad con el objeto lo que agrega cierto grado de motivación al científico.



El enunciado del problema de investigación es el punto más sensible debido a que, es en este punto donde posiblemente la subjetividad tenga una presencia muy importante, todo depende de la forma en que el investigador percibe el problema debido a lo siguiente:

En el momento en que el investigador identifica el problema en el objeto de estudio, este lo hace de acuerdo con la información con la que cuenta, la cual puede existir en el entorno o medio ambiente, o al conjunto de relaciones que el sujeto tiene con el objeto, la identificación del problema de investigación es frecuentemente realizado bajo la percepción del sujeto, es decir es poco frecuente que se consulte al objeto de estudio para extraer la información que le permita identificar y enunciar con claridad el problema de la investigación de manera más objetiva y sin la contaminación del sujeto, además por lo regular casi todo el proceso de identificar y enunciar el problema de la investigación es

forjado en la mente del investigador. Por lo tanto este está creando su propio objeto de estudio.

La identificación y análisis de modelos de investigación, es frecuente la consulta de algunos modelos de variables utilizados en otras investigaciones parecidas o similares a la planeada. De esta manera el investigador crea cierta certidumbre interna al saber o descubrir que las variables planteadas inicialmente son similares a las utilizadas en otras investigaciones, sin embargo el contexto en que se observa al objeto de estudio varía fuertemente de una investigación a otra. Es decir, muy posiblemente en algunos de los modelos consultados, el investigador eligió erróneamente alguna variable, error que será reproducido en la nueva investigación.

Creación del modelo de variables para la investigación, una vez identificados algunos modelos de variables usados en investigaciones similares a la planeada, es frecuente la realización de la selección de las variables que más se utilizaron en otras investigaciones o las que tienen un mayor impacto en el objeto de estudio, esta clasificación comúnmente se realiza mediante una actividad llamada “frecuencia de variables” que consiste en extraer de todos los modelos conjuntados las variables, que más se repitan y de esta forma quedara formado el modelo de variables de la investigación. Sin embargo este método altamente utilizado al analizarlo se observa que está lleno de subjetividad por lo siguiente.

Al realizar una frecuencia de variables y formar el modelo a utilizar en la investigación con los elementos que más se repiten, determina que el trabajo estará acotado y en cierta manera dirigido a la forma de pensar del investigador.

Estará acotada debido a que las variables para formar el modelo se extraen de otras investigaciones, variables que quizá estén desfasadas del problema a resolver en el objeto de estudio, o también pudiera ser que estas variables, no sean suficientes para resolver el problema planteado y realizar una investigación exitosa, es decir la investigación es guiada por la percepción del investigador.

La investigación está dirigida debido a que el científico guía su trabajo en las variables que él considera que son las que deben de estar en el modelo de investigación, es decir, estas variables son producto en gran parte de su percepción, por lo tanto, esta contiene una gran cantidad de subjetividad, es muy posible que el modelo de variables utilizado resulte corto para investigar, por lo tanto los resultados resultaran estrechos también, o, por el contrario es posible que las variables no sean las idóneas para investigar el problema planteado, también existe la posibilidad de que se haya excluido algunas variables muy importantes para el estudio del problema existente, debido a que el modelo de variables proviene de la percepción del investigador y no del objeto de estudio.

El resto de los elementos mostrados en el diagrama de investigación, son parte del método de investigación el cual cada investigador utilizará de acuerdo a su interés.

PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

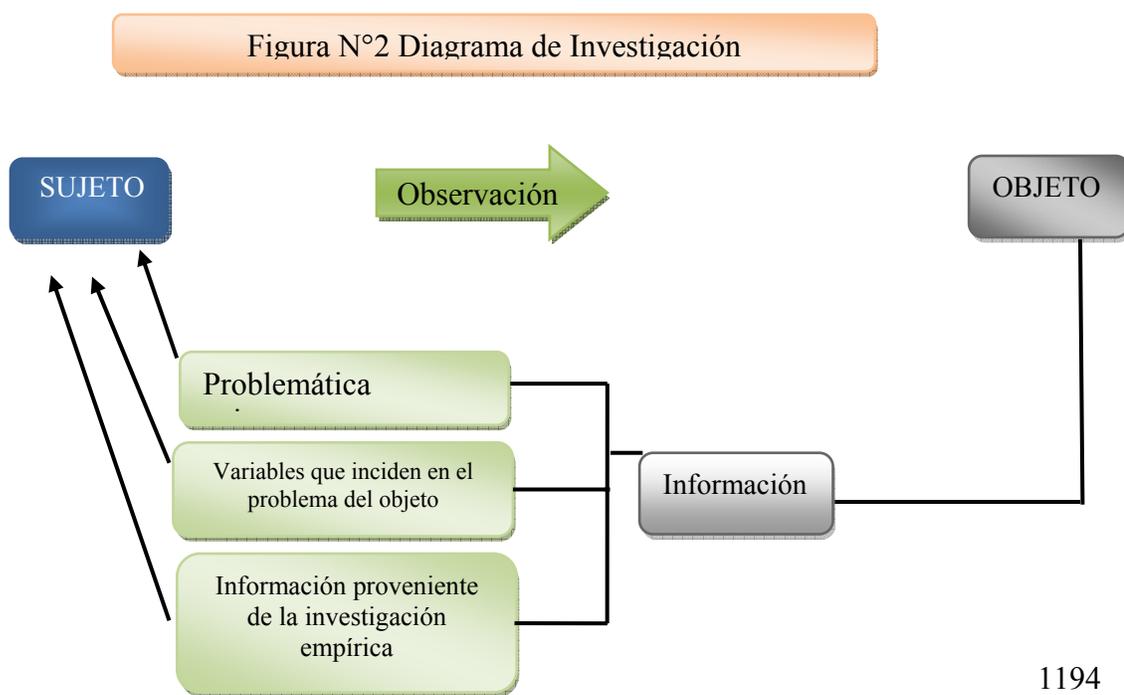
La objetividad del método es, sin duda, requisito indispensable en toda actividad científica. No hay ciencia sin método objetivo y, por tanto, queda descalificada como tal, la que prescinda de él tanto, en el proceso de investigación, como en el de exposición o verificación. Pero el problema de la objetividad no se reduce a este aspecto metodológico. El conocimiento científico es método y sistema en unidad dialéctica: camino adecuado para la obtención de verdades e integración de éstas como resultado en un cuerpo unitario o sistemático.

La objetividad de esos resultados así integrados (verdades, leyes y teorías) es la que permite caracterizar a las ciencias sociales propiamente como ciencia (Sánchez Vázquez, 1976).

El fenómeno científico se da como una parte general de la vida humana, de ella surge el trabajo científico, junto con esto aparece el problema de la relación sujeto-objeto. En el proceso mismo de conocer al objeto se va configurando con actos subjetivos, ya que el individuo normalmente construye el conocimiento científico y sus productos. Introduciendo en estos el factor subjetivo, entendiendo por esto, lo que el sujeto cognoscente introduce en el proceso de conocimiento, debido a que esta unido orgánicamente.

Algunos autores mencionan que la subjetividad siempre estará presente en la investigación científica, sin embargo el investigador debe de estar plenamente consciente de esto y por lo tanto utilizar métodos que reduzcan el contenido subjetivo en la investigación científica en ciencias sociales y además en la información obtenida.

Anteriormente se planteó el método de investigación utilizado por algunos investigadores en ciencias sociales, incluyendo a los autores de este artículo, por lo tanto a continuación se muestra en figura N°2 la propuesta de investigación para reducir la subjetividad.



DESCRIPCIÓN DEL DIAGRAMA

Los tres elementos que intervienen en la generación de la investigación científica, el sujeto, el objeto y el conocimiento, o la información generada, cada uno de estos representan por sí sólo un problema filosófico extremadamente complejo.

En la relación del sujeto con el objeto y mediante la observación y la práctica el sujeto extrae la realidad del objeto, por lo tanto, el conocimiento generado no es más que un resultado de la acción, el objeto es captado objetivamente obteniendo información y conocimiento de la problemática existente en él. La cual no es producto de la percepción del sujeto, si no, que es completamente generada por el objeto y transmitiéndose por la interacción, la cual proviene sin contaminación alguna, es decir la idea del problema nace en el investigador, pero la información para enunciar el problema proviene completamente del objeto de estudio, y no como en el paradigma tradicional utilizado el cual fue explicado anteriormente.

El modelo de investigación propuesto se muestra en la figura N°2. Por otro lado, también la información para determinar y formar el modelo de variables de la investigación proviene del objeto de estudio, es decir el investigador debe de extraer del objeto la información acerca de las variables que más inciden o impactan en la problemática detectada, de esta forma se evita la subjetividad que proviene de formar un modelo de variables, por medio de la frecuencia de variables, el cual es realizado en el paradigma tradicional de investigación. Sabemos bien que la subjetividad siempre existirá, de lo que se trata es de intentar reducirla. Por lo tanto el sujeto debe de hacer tantas observaciones y practicas con el objeto como sean necesarias, pero este debe de intentar no caer en la tentación de contaminar el proceso de investigación.

La interacción final del sujeto con el objeto es aquella en la cual se aplica el instrumento de medición, mediante el cual se extrae la información o conocimiento acerca del problema observado en el objeto de estudio, en esta etapa también el investigador debe de resistir la tentación de producir algún acto generador de subjetividad entendida esta como la actividad humana sensible y que es opuesta a la objetividad.

Como se ha observado es necesario que el investigador este siempre abierto a la posibilidad de intentar y realizar nuevas formas de llevar a cabo la investigación científica, con la finalidad de mejorar la calidad del conocimiento generado. Como ejemplo de esto, es el modelo propuesto el cual busca generar un conocimiento más generalizable y con una mayor aceptación por la comunidad científica

CONCLUSIONES

- ❖ La investigación científica objetiva es donde los objetos dejan emerger sus cualidades sin contaminación del sujeto; y todo consistiría en dejar que los objetos se muestren, sin forzarlos, sin deformarlos con nuestros procedimientos. Encontrar al objeto tal como es sigue siendo un fundamento que da validez al conocimiento en muchos de sus aspectos.
- ❖ Es indudable que la investigación científica en ciencias sociales que se lleva a cabo hoy en día, nos plantea un problema que tiene que ver con la objetividad y con la verdad del conocimiento generado en las investigaciones desarrolladas en esta área, hoy en día es vital, generar información confiable y altamente objetiva, por todas las diversas razones que esto implica.
- ❖ Es necesario que el científico social se desprenda de todos los prejuicios y las suposiciones, en donde este separe los juicios de hecho de los juicios de valor
- ❖ El fin del investigador social debe ser alcanzar la neutralidad imparcial y objetiva durante todo el tiempo de la investigación así como, en todos los procesos de la misma. Es decir las observaciones del investigador del objeto de estudio deben ser neutrales y objetivas.
- ❖ El modelo de investigación propuesto, permite reducir la subjetividad en la investigación científica en ciencias sociales, ya que, toda la información debe ser extraída únicamente del objeto de estudio, para lo cual el investigador debe de crear el mejor método para lograr su cometido.
- ❖ Para los científicos, el principal uso del conocimiento es la generación de más conocimiento. El cual debe de estar fundamentado teórica y empíricamente hablando.
- ❖ El conocimiento científico y sus productos son siempre objetivos-subjetivos: objetivos con respecto al objeto a que se refieren y del cual son el “reflejo” específico, y por su validez universal relativa y por la eliminación de su coloración emotiva; subjetivos, en un sentido más general, debido al papel activo del sujeto cognoscente.

REFERENCIAS

- Ackoff, R. (1967). *The design of social research*. Chicago: University of Chicago.
- Arias Galicia, F. (2004). *Introducción a la Metodología de la Investigación en Ciencias de la Administración y del Comportamiento*. México: trillas.
- Bunge, M. (2006). *Epistemología* (quinta edición ed.). (g. d. Iehn, Ed.) MÉXICO, México: Siglo veintiuno editores.
- Ciccotti, G., Cini, M., & De Maria, M. (1986). La producción de la ciencia en la sociedad capitalista avanzada. En A. M. F., *Introducción a la Epistemología* (pág. 51). México: UNAM.
- Diccionario de Filosofía de Abbagnano, Nicola. (2007). *Diccionario de Filosofía*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Diccionario de Filosofía de Walter Brugger. (2005). *Diccionario de Filosofía*. Madrid: Herder.
- Diccionario de las Ciencias en Educación* 1 983 Madrid Editorial Santillana
- García, T. M. (1955). Objetividad del conocimiento científico. *Revista Cubana de Filosofía, Vol. III* (número 12), 21-26.
- Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación* (4° ed.). México: McGraw-Hill.
- Husserl, E. (1982). *La idea de la fenomenología, primera lección*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Iglesias, S. (1996). *Epistemología de lo Social*. Morelia, México: IMCED.
- Kerlinger, N. F., & Lee, H. B. (2002). *Investigación del comportamiento métodos de investigación en ciencias sociales*. México: McGraw-Hill/ Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Lowy, M. (1986). Objetividad y punto de vista de clase en las ciencias . En A. M. Rivadeo, *Introducción a la Epistemología* (pág. 111). México: UNAM.
- Popper, K. (2003). *La logica de la investigación científica*. Madrid: Tecnos (grupo Anaya).
- Russel, B. (1988). *El panorama de la ciencia*. (E. L. S.A., Ed.) Santiago de Chile.: Editorial Ercilla
- Sánchez, C. S. (1983). *Diccionario de las Ciencias en Educación*. Madrid: Editorial Santillana.
- Arias Galicia, F. (2004). *Introducción a la Metodología de la Investigación en Ciencias de la Administración y del Comportamiento*. México: trillas.

Diccionario de Filosofía de Abbagnano, Nicola 2007 *Diccionario de Filosofía* México Fondo de Cultura Económica

Diccionario de Filosofía de Walter Brugger 2005 *Diccionario de Filosofía* Madrid Herder

García, T. M. (1955). Objetividad del conocimiento científico. *Revista Cubana de Filosofía*, Vol. III (número 12), 21-26.

Popper, K. (2003). *La lógica de la investigación científica*. Madrid: Tecnos (grupo Anaya).

Russel, B. (1988). *El panorama de la ciencia*. (E. L. S.A., Ed.) Santiago de Chile.: Editorial Ercilla S.A.

Sánchez Vázquez, A. (1976). *La ideología de la neutralidad ideológica en ls ciencias sociales*. México: Grijalbo.

Schaff, A. (1974). *Historia y Verdad, La relación cognoscitiva. El proceso de conocimiento*. México: Editoreal Grijalbo.

Weber, M. (1959). *Le savant et la politique*. París.

ELEMENTOS ESTRATÉGICOS QUE INTERVIENEN EN EL DISEÑO DE LAS ESTRATEGIAS QUE GENEREN VENTAJA COMPETITIVA EN LAS EMPRESAS HOTELERAS.

Marco Antonio Ordaz Celedon, Elba Martina Cortes Palacios, Avelin Anali Martínez Piña.
Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta

Resumen

La presente investigación es un estudio sobre los elementos estratégicos que intervienen en el diseño de las estrategias que generen ventaja competitiva en las empresas hoteleras, dado que las empresas que planeen entrar en el sector, deben tratar de identificarlos, particularizando el caso de las empresas hoteleras, en una visión general para determinar los aspectos estratégicos generales que se adopta en este subsector. Este estudio se abordó a partir de un enfoque cualitativo bajo el método deductivo y como una investigación de tipo documental-descriptiva. El análisis teórico se basó en la ventaja competitiva en su concepto y la forma en cómo una empresa puede lograrlo, desde los trabajos de Wenerfelt (1984) donde resalta la capacidad de las organizaciones para generar retornos extraordinarios basándose en un manejo acertado de recursos y generando una sostenibilidad de estos. Así mismo, las perspectiva basada en entornos competitivos desarrollada a partir de los trabajos de Porter (1980) donde destaca la relevancia del contexto en varios niveles para la generación de ventaja competitiva en las organizaciones, basada en la existencia de cinco fuerzas determinantes de la estrategia para las organizaciones a saber, barreras de entrada, amenaza de entrada de productos sustitutos, poder de negociación de los compradores, poder de negociación de los proveedores y rivalidad entre competidores. Esta investigación concluye que se pueden establecer cuatro lineamientos estratégicos generales aplicables a las empresas hoteleras (Narvaez, 2005), estrategia de diferenciación, liderazgo en costos, alta segmentación y focalización de costos, así como los lineamientos estratégicos de ventaja competitiva que les permita generar beneficios extraordinarios que son la heterogeneidad, las limitantes de la competitividad ex post, la movilidad imperfecta de los recursos, y las limitantes de la competencia ex ante. Las capacidades de las organizaciones son las generadoras de la ventaja competitiva, ya que de éstas depende la manera en como poseen los recursos, puesto que esto les genera una posición ventajosa (Collins, 1994). Sin embargo, no se deberá dejar de lado la forma como los consumidores estructuran el mercado, ni la interacción del entorno, ya que la variación dinámica es de todos los agentes es, en realidad, una explicación causal de la generación de ventaja competitiva en un sector tan complejo como el turístico.

Palabras clave: ventaja competitiva, estrategias, empresa hotelera, factores estratégicos.

Abstract

This research is a study on the strategic elements involved in the design of strategies that create competitive advantage in hotel companies, as companies planning to enter the industry should try to identify them, specifying the case of hotel companies in an overview to determine the general strategic issues adopted in this subsector. This study was approached from a qualitative approach under the deductive method and as a documentary-

type research descriptive. The theoretical analysis was based on competitive advantage in its concept and the way how a company can do, since the work of Wenerfelt (1984) which highlights the ability of organizations to generate extraordinary returns based on sound management of resources and generating sustainability of these. Likewise, the competitive environment based perspective developed from the work of Porter (1980) which highlights the importance of context in various levels for the generation of competitive advantage in organizations, based on the existence of five forces that determine the strategy for organizations to learn, barriers to entry, threat of entry of substitute products, bargaining power of buyers, bargaining power of suppliers and rivalry among competitors. This research concludes that you can set four general strategic guidelines applicable to hotel companies (Narvaez, 2005), differentiation strategy, cost leadership, segmentation and targeting high costs as well as the strategic guidelines of competitive advantage that allows them to generate profits are extraordinary heterogeneity, the limitations of ex post competition, imperfect mobility of resources, and constraints of competition ex ante. The capacities of the organizations are generating competitive advantage because of these depends on the way and have the resources, as this will generate an advantageous position (Collins, 1994). However, it should ignore the way consumers structure the market, nor the interaction of the environment as it is dynamic variation of all officers is actually a causal explanation of the generation of competitive advantage in a sector as complex as tourism.

Keywords: competitive advantage, strategies, hotel company, strategic factors.

Introducción

En el mercado actual, caracterizado por un fuerte impacto global, los negocios operan bajo estrictos regímenes de comercio donde el mercado denota la pauta a seguir para los productos elegibles por las empresas. No obstante, los lineamientos para el funcionamiento eficiente de los mercados dependen de las ocurrencias a nivel local, es decir, en la competencia entre empresas de un mismo sector. Durante mucho tiempo la concepción predominante de la competencia giraba en torno a los productos, clasificándose éstos desde una mera perspectiva de preferencias de consumo, donde el producto podía ser apreciado como un elemento separado de la organización. Actualmente, los enfoques integrales, como el prestigio de marca, la diferenciación asociada a la calidad y la certificación en procesos representan un paradigma totalmente nuevo para el mercado moderno, el mercado global.

El mercado de hoy no sólo es complejo, sino también demandante, ya que sus componentes son percibidos bajo un metaproceso de inserción al mercado, donde deben satisfacer las necesidades de los clientes al mismo tiempo que las del mercado, como una totalidad individualizada. De esta forma, los productos, sean estos tangible o intangibles, llegan a los clientes a través de un complejo sistema de competencia, mismo que ha permitido la existencia de sistemas de mejora continua y, por ende, una mecanismo de alta competencia entre empresas. Despreciando un poco todos los elementos circundantes a la organización, la importancia de la calidad, la distribución y la venta de productos gira en torno a la estrategia empresarial de las organizaciones modernas. La fuerte asociación que se encuentra entre las empresas y sus productos, en todas sus modalidades, representan grosso modo el funcionamiento de los mercados locas y su interacción con los mercados globales

en un todo integrado, sea pues, la ventaja competitiva como un elemento determinante de la estrategia.

Problema de investigación

Según (José Miguel Rodríguez Antón, 2009) las ventajas competitivas de las empresas hoteleras españolas frente a los posibles competidores son (1) la alta capacidad competitiva en el segmento del turismo vacacional, (2) basada en el know how y experiencia acumulada, la configuración del sector en potentes grupos empresariales, la disminución del riesgo, (3) la reducción de la estacionalidad y (4) una óptima localización de recursos. Hoy la ventaja competitiva sostenible en el área de alojamiento de las empresas hoteleras, proviene de las siguientes fuentes según Almeida Alonso (2006), (1) Gestión de la información, (2) Gestión de la calidad, (3) Estructura organizativa y (4) Formación de los Recursos Humanos.

Por lo anterior, las empresas que planeen entrar deben tratar de identificar los elementos y lineamientos estratégicos de las organizaciones que se dedican a la venta de productos intangibles, particularizando el caso de las empresas hoteleras, en una visión general para determinar los aspectos estratégicos generales que se adopta en este subsector.

Pregunta de investigación

¿Qué elementos se deben de considerar y analizar para diseñar estrategias que generen ventaja competitiva en las empresas hoteleras?

Preguntas específicas

¿Qué factores estratégicos que intervienen en el desarrollo de una ventaja competitiva en las empresas hoteleras?

¿Qué elementos organizaciones son determinantes en el desarrollo de una ventaja competitiva en las empresas hoteleras?

Objetivo general

Analizar los elementos y lineamientos que intervienen en el diseño de estrategias que generen ventaja competitiva en las empresas hoteleras.

Objetivos específicos

Describir los factores organizaciones que intervienen en el desarrollo de una ventaja competitiva en las empresas hoteleras.

Identificar y analizar los elementos organizaciones determinantes en el desarrollo de una ventaja competitiva en las empresas hoteleras.

Metodología

Para la presente investigación se definió un esquema metodológico orientado principalmente por el objetivo que se pretende alcanzar, esta metodología es con un enfoque cualitativo, mediante el cual se integraron conceptos de diversos esquemas existentes sobre las variables, logrando con esto, un esclarecimiento progresivo mediante la

continua confrontación a través del análisis de la documentación teórica pertinente y oportuna.

Método: El método que guió esta investigación fue el deductivo, ya que se partió de datos generales o hechos más importantes de las variables, conformando así un marco teórico que permitió inferir por medio del razonamiento lógico, sobre las aportaciones finales.

Tipo de investigación y alcance: La investigación fue de tipo descriptiva-documental, ya que su alcance consistió en la descripción de las variables que intervienen, como lo son tópicos de la ventaja competitiva, estrategias y empresas hoteleras, en fuentes de carácter documental que permitieron analizar y confrontar las realidades de los hechos y sus características fundamentales, sin tratar de aprobar u objetar alguna idea en su orientación.

Diseño: El diseño de la investigación es de tipo transeccional-descriptivo dado que básicamente es una panorámica acerca de la información relevante de diversas fuentes confiables en un solo momento.

Marco Teórico

El concepto de ventaja competitiva aparece con los trabajos iniciales de Wernerfelt (1984), en donde se resalta la capacidad de las organizaciones para generar retornos extraordinarios basándose, precisamente, en un manejo acertado de sus recursos, pero más aún, generando una sostenibilidad de éstos, ya que después de todo, un modelo de competencia perfecta es inoperante cuando se trata de obtener el mayor beneficio posible.

Este primer acercamiento de la ventaja competitiva se centraba en características tales como los recursos propios de las organizaciones y las condiciones del mercado como parte integral del contexto —o entorno— capaz de facilitar el establecimiento y generación de ventaja competitiva que, además de ser difícil de imitar por la competencia, debía reconocer la heterogeneidad propia de los sectores comerciales (Rumelt, 2011). A estas apreciaciones se le suman los argumentos de (Lechner, 2005), (Peteraf, 1993) en las que se toman en cuenta los aspectos involucrados en las decisiones empresariales, como la acumulación de recursos, la heterogeneidad causal, racionalidad económica, asimetría de la información, entre otros. Empero, hay que reconocer que el fin último del estudio de la ventaja competitiva radica en conocer por qué algunas empresas tienen mejor desempeño que otras, lo que genera su crecimiento y desarrollo. Esta misma pregunta ha contribuido al desarrollo de varias aproximaciones basadas en el entorno, como lo es el proverbial trabajo de (Cynthia A. Montgomery, 1991), cuya investigación se aplica ya no únicamente en empresas, sino también a organizaciones y países como una fuerza productiva integral, lo que ha permitido hacer extensivo el estudio del posicionamiento de las empresas y las organizaciones, ya no sólo en mercados locales, ni con base exclusiva en beneficios, sino como una condición operante de los mercados y las organizaciones empresariales desde una perspectiva operacional.

De esta suerte, es importante conocer cómo es que se genera la ventaja competitiva entre las organizaciones; sin embargo, las diferencias sectoriales y, el principal precepto mismo del concepto, sea pues, la heterogeneidad de las organizaciones, obliga a realizar un estudio más particular con base, justamente, en las diferencias del entorno, la competencia, los recursos y las organizaciones mismas. En la sección siguiente se revisarán las principales vertientes explicativas de la generación de ventaja competitiva.

La perspectiva basada en entornos competitivos es iniciada por Porter (1980), y popularizada en la década de los ochenta, la perspectiva basada en los entornos destaca la relevancia del contexto, en varios niveles, para la generación de ventaja competitiva en las organizaciones. El modelo central de Porter (1980), establece la existencia de cinco fuerzas determinantes de la estrategia para las organizaciones, a saber, (1) barreras de entrada, nacen en el estudio de la organización industrial y representan los determinantes estructurales de los sectores industriales, así la eficacia de las empresas; las barreras de entrada más prominentes se identifican como: economías a escala, limitantes de capital y diferenciación de productos (José Miguel Rodríguez Antón, 2009).

(2) La amenaza de entrada de productos sustitutos son aquellos, tangibles o intangibles, que pueden ser ofrecidos por otras empresas que posean características similares de precio y aspectos perceptibles por el cliente, de tal suerte que se establece una rivalidad por acaparar un segmento del mercado en el que se desenvuelven las organizaciones y, más aún, para establecerse como líderes al establecer la mejor estrategia competitiva (Narvaez, 2005) Los indicadores de precio determinan dos de los elementos relevantes del modelo, a saber, (3) el poder de negociación de compradores y (4) el poder de negociación de proveedores. El poder de negociación sólo depende de la perspectiva que se tome, ya que esta es una situación semejante en ambas caras de la moneda, es decir, compradores y proveedores determinan la forma como se llevarán a cabo las negociaciones cuando tienen la facultad de hacerlo, no siendo éstos precio-aceptantes. En este tenor, deben considerarse productos heterogéneos para que se aplique de manera eficiente el poder de negociación, tanto de compradores como de proveedores, puesto que el precio es determinado de manera lineal y no se establece una competencia con base en éste (Durand, 2006).

(5) La rivalidad entre competidores es sostenida en muchos casos a manera de alianza para generar barreras de entrada, o bien, para reducir el nivel de competencia en el sector; sin embargo, la rivalidad entre competidores presenta sólo dos aspectos estratégicos, la interacción intrafirma y la complejidad de la estructura organizacional (Gerardo R. Ungson, 2008). En todo caso, la propuesta del autor establece claramente que la ventaja competitiva depende enteramente de la estructura del sector en el que se desenvuelve la organización, la cual determina en gran manera los niveles de rentabilidad de cada sector y, por ende, el nivel de competencia que ahí se presenta.

El supuesto fundamental de las perspectivas basadas en el entorno es el uso estratégico de los atributos del contexto, esto es, las estrategias de las organizaciones juegan un papel importante en la generación de ventaja competitiva, mismas que son el eje medular de la interacción entre empresas competidoras. Tal interacción se basa en el estudio de los

comportamientos estratégicos de las empresas rivales, cuyos movimientos generan un entorno empresarial y determinan el nivel de competencia (Paul R. Milgrom, 2000). De la situación de rivalidad entre competidores se desprenden varios enfoques de estudio, tales como el uso del prestigio de marca, alianzas estratégicas, juegos cooperativos y modelos de equilibrio en comportamiento estratégico (Paul R. Milgrom, 2000)

La perspectiva basada en recursos sustenta sus asertos en la forma como las empresas seleccionan y proyectan sus recursos hacia el mercado en forma de insumos o productos, identificados como fallas, las cuales se presentarán como barreras para la reproducción, adquisición o sustitución de recursos. En cualquier caso, la acumulación y selección de recursos dependerá de dos grandes elementos, a saber, los factores externos de mercado y las decisiones estratégicas que la empresa tome ((Roberts, 2006).

Complementariamente, la forma como se organicen y empleen los recursos será una relación constante entre las imperfecciones del mercado, entendidas como factores externos, y los aspectos internos de la organización, percibidos como aquellos elementos distintivos que la hacen única o particular. En resumen, la teoría basada en recursos toma sus sustento de cuatro grandes apartados: (1) la heterogeneidad de los recursos basados en las rentas ricardianas o monopólicas, (2) los límites de la competencia establecidos ex post, que son importantes para mantener los ingresos; (3) la movilidad imperfecta de los recursos, que aseguran que los ingresos están ligados a la empresa y compartidos sólo por ella; y finalmente, (4) los límites de la competencia ex ante, mismos que regulan los ingresos, al prevenir los costos de variaciones de éstos (Peteraf, 1993). La perspectiva basada en recursos presenta varias implicaciones de interés cuando se trata de integrar otros recursos que se pueden tratar como intangibles, tal es el caso del conocimiento (know-how) de las organizaciones (Roberts, 2006).

Desde una perspectiva institucional, de acuerdo con Violina, et al. (1999), la generación de ventaja competitiva deviene de dos grandes aspectos, a saber, los recursos materiales y la interpretación que se da de los mismos. Los primeros se refieren al entorno, tales como las barreras de entrada, la diferenciación de productos y la concentración de los mercados; los segundos, por su parte, son los bienes que produce la empresa. En lo que respecta a la interpretación de los recursos, esta sólo puede ser en dos vías, la exterior y la interior. En el aspecto exterior-material de la organización pueden verse los diversos mercados en los cuales se ve envuelta la organización, tales como laboral, de productos y de capitales; mientras que en el interior-material sólo existen los productos desarrollados por la empresa, sean tangibles o intangibles.

Como puede percibirse, la propuesta de Violina, et al. (1999), expresa categóricamente que los elementos que permiten el establecimiento de una ventaja competitiva sólo pueden venir de organización, proyectando sus recursos y percepciones de manera interna y externa, siendo las combinaciones de éstos enlaces del complejo integral de las interacciones de las organizaciones con su entorno y de sí misma, el exitoso manejo de estos elementos es lo que genera una ventaja competitiva institucional. (Teece, 2009), presentan un enfoque integral a este respecto, denominan a la capacidad de integrar, construir y estructurar

versátilmente sus competencias para adaptarse rápidamente al entorno, capacidades dinámicas.

La perspectiva institucional destaca dos elementos relevantes para el estudio de la competitividad. La competencia, en primer lugar, entendida como el contexto en el cual la empresa se desempeña, mientras, las competencias como segundo elemento, son aquellos elementos y atributos conferidos a la organización como el comportamiento estratégico y la fenomenología social dentro de la organización (Teece, 2009).

La generación de ventaja competitiva en las empresas hoteleras, el subsector de empresas hoteleras se encuentra asociado con los servicios de preparación de alimentos, esto de acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN), el cual lo define categóricamente como Servicios de Alojamiento Temporal y Preparación de Alimentos y Bebidas, lo que puede dificultar considerablemente un estudio a detalle, ya que no todas las unidades económicas del sector ofrecen ambos servicios (INEGI, 2011). Sin embargo, se abordará a las empresas hoteleras como un producto integral para fines prácticos del presente documento. Los elementos determinantes de la ventaja competitiva pueden ser ubicados en dos grandes grupos; aquellos que dependen de manera directa de la organización, y aquellos que la afectan y no son necesariamente influenciados por ésta, sino hasta que completan una cadena de efectos a nivel sector. A los primeros se les denominará factores externos, mientras, a los últimos, se les identificará como factores internos.

Los factores internos, se limitan a las facultades productivas, distributivas y mercadológicas de las empresas, lo que en el proverbial análisis de Porter (1980) representa parcialmente la “condición de los factores”, como la capacidad de producción, mano de obra especializada y otros similares (Narvaez, 2005). No obstante, no es tan sencillo establecer una diferencia entre los elementos externos e internos, puesto que, dependiendo de la perspectiva de estudio, esta distinción desaparece sutilmente. Así que para fines prácticos se entenderán como elementos internos, aquellos que tengan que ver con los recursos y capacidades generados por las empresas del sector en estudio, para este caso, las empresas hoteleras. Quizá una de las principales divergencias en el estudio de factores externos que generan la ventaja competitiva consiste en la percepción del mercado. La percepción general de mercado se puede entender desde dos perspectivas, a saber, las vertientes mercadológicas y económicas.

Complementariamente, los factores externos son cruciales en los productos hoteleros, ya que representan un producto adquirido debido a una elección ex post de los clientes, esto es, un hotel es una elección posterior a un destino ya determinado. En este sentido, podría decirse que las empresas hoteleras no poseen factores internos que generen impactos directos en el nivel de competencia no asociados con el cliente, ya que el beneficio percibido por éste se encuentra siempre en función de un atractivo asociado a un contexto perfectamente definido y cuyos atributos hacen interesante la visita (Conde, 2007) esto es, el servicio ofrecido por los hoteles responde a una necesidad básica de una elección previamente dada.

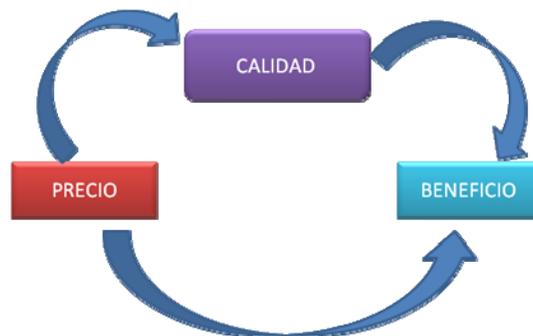
Elementos de la ventaja competitiva en las empresas hoteleras

La diferenciación de productos, quizá uno de los elementos más relevantes de las organizaciones son sus productos. Aquí, la diferencia principal se encuentra en cómo el cliente recibe el producto, que es fundamentalmente de dos maneras, a saber, tangible o intangible; más aún, dejando de lado la naturaleza del producto, el cliente realiza una evaluación subjetiva del mismo (Conde, 2007). Surge, entonces, una situación de interés, ya que la diferenciación en productos puede hacerse bajo elementos perceptibles, tales como mayores beneficios, más producto, entre otros similares; sin embargo, cuando se habla de productos intangibles el único aspecto de diferenciación descansa en la percepción del cliente respecto a lo que recibe, formándose un vínculo esperado de beneficios en función del precio, mismo que se establece como una función asociada a la calidad.

De acuerdo con (Conde, 2007), el producto de los hoteles es un conjunto de bienes y servicios que buscan el confort material y espiritual del individuo, al cual se le denomina turista. El producto se compone, así, de los siguientes elementos: Producto base y los elementos adicionales., (1) El primero, responde a la utilidad funcional de la clase del producto, mismo que queda definido por tres elementos: Lo que el cliente (turista) busca no es el producto, sino el servicio, la diferencia tecnológica de productos se reduce en este tipo de mercado. Las tecnologías cambian rápidamente, pero no lo hace el producto base, por lo que no puede asociarse de manera directa con un producto hotelero. (2) Los elementos adicionales al producto no forman parte directa del mismo, por lo que pueden ser considerados como insumos, o bien, como beneficios agregados (plus). En cualquier caso, la diferenciación en servicios suele ser muy complicada y normalmente se basa en los elementos adicionales para los productos hoteleros.

En este tenor, existe una relación de asociación del cliente hacia la organización, que se ve reflejada en tres atributos subjetivos, a saber, calidad, precio y beneficio. La relación es variada y depende enteramente de una apreciación de valor por parte del consumidor, como puede verse en la figura 1.

Figura 1. Extensión a triangulación de beneficio-calidad-precio.



Fuente: Construcción propia

El nodo central de la triangulación de percepción del cliente es la calidad, misma que se presenta como un ícono del servicio global, pero que no deja de estar sujeta a apreciaciones parciales, esto es, la calidad no se puede medir objetivamente²¹³, sino de manera comparativa o a través de estándares, los cuales no pueden obtener evaluaciones perfectas, puesto que los instrumentos de medición no siempre son bipartitas, por lo que la estimación de parámetros de aproximación para medir la calidad sólo permiten conocer el grado de logro en los objetivos estratégico planteados por la organización (Camacho, 2004). Un último aspecto a considerar en los productos hoteleros es que obedecen a una condición muy elemental de decisión, esto es, un individuo que visitará un lugar determinado, sea por placer o por negocios, es un cliente que seguramente adquirirá un servicio de alojamiento temporal, lo que le confiere a los servicios de este tipo todas las cualidades de un bien comoditie, por lo que la calidad y el precio se disocian en la percepción del cliente, ya que de antemano, un cliente pertenece a un estrato de compra que las empresas hoteleras mismas ya han separado, es decir, responde a la clasificación de elementos adicionales al hospedaje que el cliente esté dispuesto a adquirir, por ejemplo, si se cuenta con piscina, servicio de restaurante, tours guiados, atractivos naturales o artificiales (como playas, vistas a bahías o lugares históricos), televisión con cable, y otros agregados similares. La tabla 1 que a continuación se presenta, ilustra dimensiones y atributos de decisión para el cliente de destinos turísticos.

Tabla1.- Dimensiones y atributos de decisión para el cliente de destinos turísticos

DIMENSIONES	ATRIBUTOS
Atracciones históricas	Variada oferta cultural y museos La ciudad es bella Son interesantes las costumbres y hábitos de vida
Atracciones naturales	Clima agradable La playa es excelente Bellos paisajes y atracciones naturales
Infraestructura y atracciones turísticas	La calidad del alojamiento es buena Los servicios son de alta calidad En general el nivel de precios es bueno El transporte es bueno en general Existe una amplia oferta extrahotelera Hay buena gastronomía Existen facilidades para el turista Es adecuado para toda la familia
Atmósfera y ambiente social	La gente es amable y abierta Existe amplia oferta de diversión y vida nocturna Es un lugar exótico Es adecuado para reposar y relajarse Existe libertad para el turista Tiene un ambiente limpio y poco contaminado
Actividades recreacionales al aire libre	Existen buenas oportunidades para practicar deportes Hay oportunidades para aventuras y nuevas experiencias
Accesibilidad, seguridad y reputación	Se puede acceder fácilmente al destino

²¹³ Existe, en este sentido, un amplio debate al respecto, para lo cual se pueden consultar los interesantes enfoques de López y Serrano (2001), así como el de Casino (2001).

	Tiene fama y excelente reputación El turista se encuentra seguro
--	---

Fuente: Conde y Amaya (2007).

La tabla anterior indica que la diferenciación de productos involucrará elementos adicionales al producto per se, sean las condiciones naturales del entorno, los programas de apoyo gubernamentales e, incluso, las empresas competidoras que ofrecen beneficios adicionales potencialmente atractivos para ciertos clientes. Como puede verse, los productos de empresas hoteleras no pueden ser establecidos llanamente como cualquier otra clase de productos tangibles o intangibles, sino que presentan una serie de condiciones importantes, las cuales son generadas por un mercado preseleccionado y, consecuentemente, prefijado. El siguiente apartado abordará un poco más a fondo este aspecto.

La delimitación del mercado para las empresas hoteleras guarda una particularidad, la cual es que corresponde a un mercado compartido, definido e identificado como local e internacional bajo el distintivo de turístico. Si bien lo anterior no es necesariamente aplicable, lo cierto es que presenta una connotación práctica para conocer a los clientes. Los clientes, normalmente identificados como turistas, son personas que buscan satisfacer una necesidad de alojamiento temporal, la cual, de acuerdo con la Pirámide Maslow, es una necesidad básica, al menos mientras posea la condición de temporal, por lo que los productos corresponderán a características de productos básicos. En los productos de empresas hoteleras, existen otros elementos que impactan en la decisión del cliente, fundamentalmente, que lo que se busca no es un alojamiento, sino esparcimiento, o en otras palabras, un bien de lujo.

En primer lugar, el cliente elige un destino, no un hotel; en este caso, la elección del destino puede ser voluntaria a o no, por ejemplo, una persona que desea conocer un determinado lugar, o bien, un hombre de negocios que tiene que visitar un determinado lugar. De esta forma, el mercado de las empresas hoteleras posee dos naturalezas, una por libre elección y otra por obligación. La primera estará sujeta a elecciones de precio, proximidad, calidad, valor agregado, así como otros servicios adicionales, los cuales bajo un enfoque económico, dependerá de lo que el cliente esté dispuesto a pagar, o mejor dicho, a consumir.

Por otro lado, la naturaleza de consumidores por obligación, remite a un cliente menos electivo, pues sabe lo que necesita y cómo lo necesita (tal como días de estancia, horarios, transporte, alimentación, entre otros), tal vez más exigente y cuyo interés por el entorno dependerá de la capacidad económica del destino (como oportunidades de negocios, número de empresas existentes, capacidades de inversión, y poder aspectos relativos al nivel de capital que se maneje) y no tanto de sus atractivos turísticos. No importando la naturaleza del cliente, todo visitante temporal de un destino particular, se convierte en un turista, por lo que las cualidades o condiciones del entorno son definitivas para el estudio de las empresas y más aún, para el establecimiento de una estrategia de ventaja competitiva. Lo anterior se profundiza en la sección siguiente.

Como se indicó al inicio, el entorno es un factor clave para la generación de estrategias que lleven a la organización a establecer eficientemente una ventaja competitiva y, más aún, que ésta sea sostenible; sin embargo, el sector empresarial es parte del entorno, así como los insumos y la forma como todos estos interactúan, sean pues, las capacidades dinámicas (Teece, 2009). Existen varios elementos a considerar para identificar la capacidad competitiva de los sectores empresariales.

(1) El primero de ellos es identificar las características del sector mismo y del entorno en el que existe. Porter (1980) indica cuatro elementos de análisis del entorno de la competencia. El primero de ellos es (1) la condición de los factores, que para las empresas hoteleras está dado por su capacidad instalada, atractivos naturales y artificiales de la región, personal capacitado y competente, así como la disposición de tecnologías y su uso dirigido. (2) El segundo elemento de análisis del entorno son las condiciones de la demanda, la cual corresponde a las necesidades del mercado que se desea cubrir. En este sentido, sería muy pretencioso definir tajantemente estratos o condiciones específicas de demanda, ya que cada destino atiende a productos asociados a los atributos de la región. En este sentido, sólo es relevante mencionar que identificar la diversidad y versatilidad de los productos ofrecidos permitirá diseñar y establecer estrategias eficientes. Los sectores afines y auxiliares componen el siguiente elemento de estudio. En cuanto a las empresas de servicios de alojamiento temporal todos los subsectores turísticos se ven implicados, desde recreación hasta alimentos, por lo que dependerá enormemente de cada organización el ofrecer servicios integrales o bien, generar asociaciones estratégicas para cubrir las expectativas del cliente y, sobre todo, ventas adicionales al producto base. Es muy importante destacar en este punto, que las empresas hoteleras corresponden a un grupo muy específico de cluster que explota la relación entre empresas afines para lograr un mayor impacto en la percepción de calidad de sus productos (Laguna, 2009).

Finalmente, el estudio denota la estructura, estrategia y rivalidad entre empresas competidores. De esta forma, la estrategia como se maneja la competencia representa altos beneficios para las empresas que coexisten en un mismo sector o subsector empresarial, como lo es el presente caso. Un agente que no se puede dejar de lado cuando se habla de empresas asociadas al turismo, es el papel que juega el Estado, representado normalmente en proyectos, programas y organismos de fomento y apoyo al sector, el cual puede incentivar o desincentivar el crecimiento del sector. Como se ha visto, las organizaciones juegan un papel trascendente en la identificación del entorno, ya que sus interacciones dinámicas generan una situación de mejora a través de la competencia intrasectorial e intersectorial. Así, las organizaciones competidoras, tanto directas como indirectas son identificadas como parte del entorno y representan movimientos definitivos en el posicionamiento estratégico (Porter, 2000).

De acuerdo con (Durand, 2006), existen sólo dos grandes tendencias en el estudio de las competencias de las organizaciones. La primera, que estudia el impacto de entornos competitivos en el desarrollo de capacidades competitivas en las organizaciones, es decir, la

manera cómo las relaciones inter-organizacionales desarrollan competencia y competitividad. Y la segunda, que, por su parte, estudia la forma en que ciertos factores, vistos como un conjunto, pueden generar ventaja competitiva, este último que postreramente sería definido por Teece, et al como capacidades dinámicas.

El primer enfoque insiste en que la competencia lleva a la competitividad, sugiriendo además, que las empresas aprenden a superar ciertos retos competitivos, por lo que generan capacidades y recursos potencialmente valiosos, de tal forma que estas organizaciones desarrollan ventajas competitivas.

De esta forma, las empresas adquieren sus habilidades (competencias o atributos) a través de un fenómeno histórico, es decir, generado en un tiempo y momento dados. De tal suerte que las empresas que se han enfrentado a retos competitivos fuertes en el pasado tienen mejores oportunidades en el presente; sin embargo, las empresas que se establecen primero en ciertos mercados generan barreras anti-competitivas, lo que hace que pierdan importantes oportunidades para desarrollar competencias valiosas (Paul R. Milgrom, 2000).

Ahora bien, las organizaciones que intervienen en el mercado de las empresas hoteleras pueden ser variadas y demasiado heterogéneas, quizás demasiado para el modelo mismo de ventaja competitiva. Además, y tal vez erróneamente, las organizaciones involucradas en el mercado del hospedaje son establecidas genéricamente como empresas turísticas, pero que, en conjunto, y sólo en conjunto, representan un producto atractivo para el cliente turista (Conde, 2007). Esto sumado a que, como ya se dijo antes, el mercado de servicios hoteleros está compuesto por clientes que ya han realizado una elección previa de destino, o bien, están definidos a ir por negocios o trabajo, por lo que son clientes que adquirirán con certeza algún servicio de alojamiento temporal, por lo que únicamente, la diferenciación de productos será la pauta de adquisición final.

Conclusión

Elementos y lineamientos estratégicos dirigidos a la generación de ventaja competitiva en las empresas hoteleras.

La finalidad del estudio de las organizaciones y los sectores empresariales es la identificación, diseño y mejora de estrategias para lograr una ventaja competitiva q las empresas en el sector en el que compiten. Para el presente caso, las empresas hoteleras al aplicar lineamientos estratégicos de ventaja competitiva deberán tener la facultad para generar beneficios extraordinarios con base en los requerimientos del entorno, así como la capacidad de mantenerlos frente a circunstancias cambiantes, con la intención de mejorar la calidad de vida de la población que reside en el espacio turístico, (Puccio, 2008). El modelo propuesto por (Peteraf, 1993) establece que la ventaja competitiva sustentable parte de cuatro elementos suficientes y necesarios, los cuales interactúan complementariamente unos con otros para poder existir, estos son, la heterogeneidad, a la que se le confiere una importancia mayor, ya que genera los ingresos; las limitantes de la competitividad ex post, las cuales mantienen los ingresos de la ventaja competitiva al romper el esquema de competencias perfecta; después se tiene la movilidad imperfecta de los recursos, la cual mantiene los ingresos sustentables dentro de las empresas; y finalmente, se tienen las

limitantes de la competencia ex ante, las cuales evitan que los ingresos sean superados por los costos.

Asimismo, existen dos elementos fundamentales que se han presentado en el estudio de la ventaja competitiva en la perspectiva basada en recursos, a saber, los recursos con los que cuenta la organización son la base de la generación de ventaja competitiva y, además, el entorno genera oportunidades para que esto suceda (Peteraf, 1993). De lo anterior se pueden establecer cuatro lineamientos estratégicos generales aplicables a las empresas hoteleras (Narvaez, 2005):

(1) Estrategia de diferenciación, en la cual se resaltan atributos perceptibles para el cliente tales como diseño, imagen, tecnología, servicio al cliente, distribución y otros similares, (2) Liderazgo en costos. Esto se refleja en un fuerte y consistente andamiaje administrativo que permita la reducción de costos hundidos para poder generar estrategias financieras que reduzcan el impacto de los insumos. (3) Alta segmentación. Se trata en la concentración de un segmento específico del mercado, suministrando el producto de manera más eficiente que la competencia, tales como productos por atributos, como son el ecoturismo, visitas guiadas, todo incluido, así como otros semejantes. (4) Focalización de costos. Estrategia dirigida a marcar la pauta en el precio de venta, en la cual se establece claramente la reducción eficiente de costos en aspectos estratégicos que permitan establecer precios de venta competitivos

Conjuntamente se integra un enfoque ecléctico para el diseño de estrategias, cuya principal percepción del mercado, desde el enfoque de la mercadotecnia, consiste en la forma en que los clientes perciben los productos, esto es, las diferencias de valor que se establecen subjetivamente sobre los productos en cuestión. Por lo anterior, las empresas deben generar espacios perceptuales con lo que podrán estudiar las relaciones competitivas. De esta suerte, si las diferencias percibidas son mínimas, los productos se vuelven sustitutos perfectos, pese a sus diferencias significativas y, por tanto, de competencia (Romero J. Y., 2007). Nuevamente se remite a una percepción subjetiva de los productos, que además para el sector turístico, son en gran medida intangibles, por lo que se generan movimientos a nivel mercado y, por ende, de contexto. Así, una ventaja comparativa será entendida como un conjunto de atributos generadores de retornos superiores y que, además, diferencian a una entidad económica de otra y permiten el reconocimiento de sus productos por parte del cliente, sea pues, la percepción general del mercado meta.

Empero, más allá del diseño estratégico subyace el proceso de implementación estratégica, el cual se basa en elementos de economía de las organizaciones, teoría organizacional y comportamiento organizacional, lo que remite a un comportamiento estratégico más complejo, puesto que existe en el seno de la organización como un agente económico activo, dinámico y altamente influenciado por factores externos, de tal forma que el comportamiento estratégico de las organizaciones se realiza con base en los recursos, las capacidades y las competencias, y esto sólo desde la perspectiva basada en recursos, por lo que el valor competitivo del diseño de estrategias no puede ser aislado del plan estratégico específico de cada empresa, ni del contexto particular en el que la empresa se desenvuelve.

Lo anterior remite forzosamente al principio de heterogeneidad, cuyo análisis de contraposición de homogeneidad entre productos favorece la existencia de competencia y competitividad, pero sólo si se considera con base en una situación de uso (Romero J. Y., 2007). Lo anterior queda desfasado bajo una estructura competitiva de compra y consumo en mercados de productos homogéneos que se basa en las diferencias entre productos y consumidores (personas); sin embargo, es necesario considerar variables contextuales para tener una perspectiva completa del mercado. Y, más aún, es necesario tener presente que el contexto electivo del consumidor involucra el proceso de toma de decisión, lo que implica ineludiblemente el uso potencial del producto. De acuerdo con la teoría de comportamiento del consumidor, la situación de uso se entiende bajo dos percepciones, la primera basada en la satisfacción de una necesidad y, la otra, que toma en cuenta el contexto (en este documento implica la delimitación del mercado y la percepción de diferencias entre productos) para el uso del producto en la cual se satisface la necesidad (Romero J. Y., 2007) esquema que se vuelve inoperante en bienes de lujo.

Al parecer, la competitividad puede ser estudiada desde niveles más abstractos, esto es, las capacidades de las organizaciones son las generadoras de la ventaja competitiva, ya que de éstas depende la manera como las organizaciones generan sus recursos, o bien la forma como los poseen, puesto que esto les genera una posición ventajosa (Lechner, 2005). Sin embargo, no se deberá dejar de lado la forma como los consumidores estructuran el mercado, ni la interacción del entorno, ya que la variación dinámica es de todos los agentes es, en realidad, una explicación causal de la generación de ventaja competitiva en un sector tan complejo como el turístico.

Referencias Bibliograficas

Camacho, M. A. (2004). *D3D: un enfoque integral de la dirección de empresas*. Ediciones Díaz de Santos.

Conde, E. y. (2007). El producto hotelero: visto como un conjunto de atributos tangibles e intangibles. *Gestión Turística* , 75-83.

Cynthia A. Montgomery, M. E. (1991). *Strategy: seeking and securing competitive advantage*. Harvard Business Press.

Durand, R. (2006). *Organizational evolution and strategic management*. SAGE.

Gerardo R. Ungson, Y.-Y. W. (2008). *Global strategic management*. M.E. Sharpe.

José Miguel Rodríguez Antón, M. d. (2009). *Estudio de las Políticas de Calidad Aplicadas al Sector Turismo. Un Analisis de las Mejores Practicas en Espana y Mexico*. España: Visión Libros.

Laguna, M. y. (2009). La calidad percibida como determinante de tipologías de clientes y su relación con la satisfacción: aplicación a los servicios hoteleros. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa* , 189-212.

Lechner, C. (2005). *A Primer to Strategy Process Research*. Cuvillier Verlag.

Medición de la Calidad de Servicio: una aplicación a los establecimientos del alojamiento temporal. (2001). *Estudios de economía aplicada* , 83-104.

Narvaez, M. F. (2005). Analisis de la Competitividad en las PYMES del sector petrolero de la Peninsula de Paraguaná. *Multiciencias* , 117-127.

Paul R. Milgrom, J. R. (2000). *Economics, organization, and management*. Prentice Hall.

Peteraf, M. (1993). The cornerstones of competitive advantage: A resource_based view. *Strategic management journal* , 179-191.

Porter, M. E. (2009). *Ser competitivo*. Deusto.

Puccio, H. y. (2008). La innovación como requisito para la competitividad turística. *Gestión Turística* , 59-76.

Roberts, J. (2006). *La empresa moderna: organización, estrategia y resultados*. Antoni Bosch editor.

Romero, J. y. (2007). “El análisis de la estructura competitiva del mercado. Un nuevo enfoque basado en la situación de uso”, . *Economía Industrial* .

Romero, J. Y. (2007). El analisis de la estructura competitiva del mercado. Un nuevo enfoque basada en la situación de uso. *Economía Industrial* , 223-232.

Rumelt, R. (2011). *Good Strategy Bad Strategy: The Difference and Why It Matters*. Crown Publishing Group.

Sánchez, E. F. (2010). *ADMINISTRACION DE EMPRESAS Un enfoque interdisciplinar*. Editorial Paraninfo.

Teece, D. J. (2009). *Dynamic capabilities and strategic management: organizing for innovation and growth*. Oxford University Press,.

EL PROCESO DE EMPOBRECIMIENTO Y EL GÉNERO

Dora Aguilasoch Montoya - amontoya@umich.mx - UMSNH

Ignasi Brunet Icart - ignasi.brunet@urv.net-URV

Evaristo Galeana Figueroa - e_galeana@umich.mx-UMSNH

RESUMEN

En el presente trabajo se muestran los resultados de una investigación llevada a cabo desde el 2008 hasta el último trimestre del 2009 en España, con el objetivo de abordar, desde una perspectiva de género, cuál es la lógica que hay detrás de los procesos sociales de empobrecimiento y exclusión social que afectan a las mujeres, y cómo es la experiencia vivida de estos procesos sociales por parte de éstas. Es decir, cómo definen la pobreza y sus relaciones con el resto de elementos que las envuelven: familia, trabajo, grupos sociales, economía doméstica, cuidado de los dependientes. En este estudio destacan dos aproximaciones: la primera aborda la feminización de la pobreza y constata que las mujeres son más pobres que los hombres y la segunda perspectiva orienta su estudio a la relación entre el proceso de empobrecimiento y el género.

Palabras Clave: Marginación, Desigualdad y Pobreza.

ABSTRACT

In this paper we present the results of research carried out since 2008 until the last quarter of 2009 in Spain, with the objective of addressing, from a gender perspective, what is the logic behind social processes impoverishment and social exclusion affecting women, and how the experience of these social processes by the latter. That is to say, how to define poverty and its relationship with the other elements that surround them: family, work, social groups, housekeeping, and care of dependents. In this study two approaches highlight: the first addresses the feminization of poverty and finds that women are poorer than men and the second perspective focuses its study on the relationship between the process of impoverishment and gender.

Keywords: Marginalization, Inequality and Poverty.

1. INTRODUCCIÓN

En el momento histórico que estamos viviendo de globalización económica, crisis del Estado del Bienestar y avance de las políticas neoliberales, los datos estadísticos y los relatos biográficos que presentamos en esta ponencia muestran como la violencia estructural contra las mujeres dicta el ritmo de sus vidas. Relatos de “mujeres pobres estructurales” que nos proveen de un conjunto de claves analíticas que confirman y condensan parte de la problemática sobre las causas, el funcionamiento y las consecuencias de los fenómenos de la pobreza y la exclusión social sobre el género. Una información que nos ayuda a responder a estereotipos sexistas y estigmas clasistas que dominan las representaciones de la nueva marginación social, y así trascender ciertas limitaciones en el

tratamiento del tema de la marginación y la desigualdad de género y de clase. Limitaciones, por ejemplo, como el tratamiento exclusivamente economicista de la vulnerabilidad social (en términos de pobreza), o el tratamiento holístico de la unidad de análisis -el hogar-, que no permite desagregar las relaciones de dominio y de subordinación objetivas y simbólicas que se dan en el seno de los núcleos familiares vulnerables.

Por este motivo el estudio de la pobreza y la exclusión social desde el punto de vista de las mujeres nos permite visualizar el papel central que juega en estos procesos la división sexual del trabajo, que produce una especialización de las mujeres en el trabajo no remunerado, así como el poco valor social de todo lo que se refiere a las mujeres y que tiene como una de sus manifestaciones el empobrecimiento que éstas viven dentro de su propia familia. Por otro lado, permite que sean las propias mujeres las que reflejen el conjunto de situaciones de exclusión social que les afectan y las consecuencias que tienen las dinámicas de estas situaciones en la producción de sus subjetividades.

De esta manera, hemos querido evitar el error de transformar las condiciones sociológicas en rasgos psicológicos e imputar a las víctimas las características distorsionadas de sus victimarios. Al concentrarse con estrechez de miras en las presuntas deficiencias de conducta y culturales de los pobres o el impacto agregado de la consolidación de un orden capitalista global, se omite o no se presta la debida atención a las estructuras históricas de la desigualdad de género, de clase y de etnia, y a la acción o inacción gubernamental que las filtra o amplifica. Después de dos siglos de conflictos y de compromisos sociales, el Estado, bajo la forma de Estado nacional-social, había brindado, más allá de las primeras necesidades de la vida, los recursos necesarios para que todos, o casi todos los individuos, pudiesen gozar de un mínimo de independencia. Esto significa estar protegido, desde el punto de vista de una sociedad de individuos: que estos individuos dispongan, por derecho, de las condiciones sociales mínimas de su independencia. La protección social es, pues, la condición de posibilidad para formar una sociedad de parecidos: un tipo de formación social en la que nadie está excluido porque todo el mundo dispone de los recursos y de los derechos necesarios para mantener relaciones de interdependencia (y no sólo de dependencia) con todo el mundo. Es una definición posible de la ciudadanía social, como también una formulación sociológica de lo que en términos políticos se denomina democracia.

2. EL ESTUDIO DE LA POBREZA DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO

En el estudio de la pobreza desde una perspectiva de género destacan dos aproximaciones:

1) La primera aborda la feminización de la pobreza y constata que las mujeres son más pobres que los hombres. El concepto de feminización se utiliza para indicar que la pobreza tiene una mayor incidencia en la mujer que en el hombre, o que la pobreza de las mujeres es más severa que la de los hombres (López, 1989; PNUD, 1999 y 2007; Andersen y Larsen, 1998). Pero en esta perspectiva la expresión feminización de la pobreza no deja de ser una fórmula vacía, que se presenta como si tuviese un contenido suficiente y reconocido, aunque únicamente señala que la proporción de mujeres sobre el total de pobres ha aumentado.

2) La segunda perspectiva orienta su estudio a la relación entre el proceso de empobrecimiento y el género (Espinar y Mateo, 2007; Chant, 2003a y 2003b). Se alerta de que la pobreza no siempre se ha analizado desde una perspectiva de género y que habitualmente se ha omitido el hecho de que las mujeres son protagonistas silenciosas de las migraciones contemporáneas. Holgado (2006: 172) destaca la creciente feminización de los flujos migratorios y subraya que la dimensión económica de las migraciones “femeninas trasciende en mucho el ámbito familiar. Son ellas quienes más dinero envían a sus países de origen. Las remesas de las mujeres migrantes son uno de los principales resortes de la economía de muchas áreas del mundo, por ejemplo, en América Latina: las remesas de los emigrantes han contribuido a mejorar la balanza de pagos y constituyen, en algunos casos, una fracción significativa del PIB de los países de origen”. En este sentido, Sassen (2003) argumenta que estamos asistiendo a una feminización de la supervivencia. Con el argumento de mayor responsabilidad en el envío de parte de su salario, destinado a mejorar la vida de los hijos y otros familiares, los gobiernos, “de los países en desarrollo animan la migración femenina, igual que algunas de las redes clandestinas de migración prefieren mujeres por su mayor responsabilidad en el pago de la deuda” (Holgado, 2006: 172). La realidad de la feminización de la pobreza y de la supervivencia cuestiona el imaginario masculino que considera que la población pobre está íntegramente formada por hombres o bien que las necesidades e intereses de las mujeres son idénticos a los de los hombres responsables del hogar, y por tanto que se pueden supeditar a ellos (Kabeer, 1998a, 1998b).

De hecho, en las tres últimas décadas, la investigación y el activismo feminista han conseguido hacer ver que las mujeres son pobres en tanto que esta situación está condicionada por el género. En otras palabras, la experiencia de la pobreza y la exclusión social está condicionada por las identidades de género. Esto significa que hombres y mujeres son definidos como seres humanos diferentes, cada uno de ellos con sus propias oportunidades, roles y responsabilidades. Y esto tiene que ver con la división del trabajo, que es fundamentalmente división sexual del trabajo, observable en el vínculo entre la feminización de la fuerza de trabajo, el contenido del trabajo y el empeoramiento de las condiciones laborales (Benería, 1992; Maruani, 2002).

Condiciones que han impuesto la normalización del horror al generalizarse la ética del beneficio por encima de los criterios de justicia social y económica, de bienestar y de desarrollo humano. Ética en la que las políticas neoliberales y las estrategias empresariales se han apoyado para segmentar el mercado laboral a nivel mundial, mediante sucesivas y violentas reestructuraciones (Holgado (2006). La lógica de las reestructuraciones económicas y empresariales ha generado unas condiciones de trabajo que no son más que la extensión de las características del trabajo, tanto asalariado como no asalariado, estructural e históricamente asignado a las mujeres, al trabajo en sentido genérico. Orden que está, entonces, profundamente generizado. De hecho, la actividad económica se ha interpretado a través de categorías masculinas mediante valores androcéntricos. En sentido estricto, la naturaleza del trabajo tiene una clara base en el sexo, en el entendido que, como indica Comas (1995), no es la división del trabajo la que explica la subordinación de las mujeres, sino que es la desigualdad entre hombres y mujeres la que se incorpora como un factor estructurante en las relaciones de producción y en la división del trabajo. Desde este punto de vista, las desigualdades de género determinan la posición que hombres y mujeres ocupan en la producción de la existencia (Gardiner, 1997; Borderías et al., 1994), en el entendido que aún hoy el proceso de socialización está organizado jerárquicamente en torno a los géneros, que produce y reproduce la vida humana, y que produce y administra los medios que permiten la ampliación de la vida humana. Esta organización forma parte de un sistema de dominación masculina que se apoya en el actual orden socioeconómico, agudizando las disparidades de género y consolidando la feminización de la pobreza y de la supervivencia

3. METODOLOGÍA UTILIZADA

Este artículo muestra los resultados de una investigación llevada a cabo desde el 2008 hasta el último trimestre del 2009 con el objetivo de abordar, desde una perspectiva de género, cual es la lógica que hay detrás de los procesos sociales de empobrecimiento y exclusión social que afectan a las mujeres, y cómo es la experiencia vivida de estos procesos sociales por parte de éstas. Es decir, cómo definen la pobreza y sus relaciones con el resto de elementos que las envuelven: familia, trabajo, grupos sociales, economía doméstica, cuidado de los dependientes.

La hipótesis de partida es que la pobreza en las mujeres está condicionada por las identidades y las desigualdades de género y está acentuada por la degradación de las condiciones de ocupación y la vulnerabilidad social que padecen más decididamente las mujeres. Dicho de otra manera, entendemos que la combinación de dominación masculina y de precariedad laboral aumentan las probabilidades de empobrecimiento de las mujeres.

La perspectiva más utilizada en los estudios sobre pobreza ha sido la cuantitativa, al estar los investigadores interesados por la pobreza en tanto que fenómeno medible, susceptible de ser definido operativamente, y cuantificado de manera precisa, lo que ha permitido establecer su extensión y regularidad. Por tanto, la técnica más generalizada, y habitualmente la única existente, en los estudios sobre pobreza en España y en Cataluña ha sido la encuesta. Con esta técnica los sujetos son extraídos del contexto de sus relaciones sociales (en las que sus discursos y experiencias tienen sentido) y sometidos a un interrogatorio en el que las posibles respuestas han sido estandarizadas, caracterizando numéricamente las situaciones de empobrecimiento. Una caracterización insuficiente si nos planteamos como objeto de estudio la comprensión del sentido y significado de las prácticas sociales que hay detrás del fenómeno de la pobreza y la exclusión social. Este planteamiento aconseja el uso de técnicas cualitativas en tanto que nos permiten reproducir el sentido subjetivo de las experiencias sociales a analizar, indagando en el relato de los sujetos entrevistados. No obstante, al incorporar a los objetivos de la investigación tanto aspectos fácticos como aspectos internos o subjetivos, la elección metodológica ha sido la triangulación, utilizando datos cuantitativos derivados de fuentes secundarias existentes y también a través de la obtención propia de datos cualitativos, concretamente, a partir de entrevistas en profundidad a informantes privilegiados y a mujeres que se encuentran afectadas por situaciones de exclusión social y pobreza.

Así pues, la vertiente cuantitativa del análisis se ha nutrido de los datos que proporciona la Encuesta de Condiciones de Vida del INE. La ECV, de periodicidad anual, con una muestra de 16.000 hogares y representatividad estadística de las diferentes Comunidades Autónomas, se erige como un instrumento estadístico de primer orden para el estudio de la pobreza y la desigualdad, el seguimiento de la cohesión social, el estudio de las necesidades de la población y del impacto de las políticas sociales y económicas sobre los hogares y las personas, así como por el diseño de nuevas políticas públicas.

La vertiente cualitativa ha requerido la obtención de fuentes primarias de información mediante la técnica de la entrevista en profundidad. Para la elaboración de las entrevistas se

ha diseñado un guión semiestructurado que ha permitido abordar las dimensiones de análisis específicas de esta investigación, a la vez que ha dado un margen de libertad considerable para enfocar cada entrevista hacia las características específicas de las participantes. A través del análisis del discurso y de los relatos biográficos hemos podido comprender el orden social, sus categorizaciones, jerarquías, inclusiones y exclusiones, definiciones de grupos, agentes y situaciones, el sentido práctico de este orden, los marcos de referencia, de competencia interpretativa y cognitiva que las situaciones sociales presuponen. Los discursos no son simples expresiones de lo que ocurre en el interior de los individuos, sino prácticas que ejecutan los agentes sociales provistos de unos esquemas interpretativos o marcos socialmente, organizacionalmente, adquiridos.

Por otro lado, se han entrevistado también instituciones públicas, entidades y organizaciones vinculadas a los ámbitos de género y a los mecanismos de inclusión social, a fin de conocer la percepción y la respuesta institucional al fenómeno de la pobreza desde una perspectiva de género.

Este trabajo de campo se ha focalizado en las seis comarcas que componen el Camp de Tarragona, en las que habitan 599.804 habitantes (datos del padrón para el año 2008), y con un crecimiento demográfico acumulado en los últimos años, muy superior al registrado en el conjunto catalán. Además, pertenecen a este territorio dos de las diez ciudades más pobladas de Cataluña: Tarragona y Reus, en las que vive el 41,5% del total de población del Camp de Tarragona.

En total se han efectuado 33 entrevistas en profundidad a mujeres en situación de pobreza y/o exclusión social (24 en los dos municipios citados y 9 en municipios medianos y de ámbito rural). También se han realizado 9 entrevistas a agentes sociales que trabajan esta problemática en el territorio.

4. RESULTADOS

Últimamente se habla del surgimiento de nuevos colectivos con riesgo de padecer pobreza que se han unido a los perfiles tradicionalmente asociados a este fenómeno. Por ejemplo: las mujeres, los jóvenes o las personas inmigradas que viven en situación de pobreza se acostumbran a englobar en lo que se llama “nuevos pobres”, y la población pobre de edad avanzada o la marcada por un componente rural forma parte de la “pobreza tradicional”.

El ejercicio más habitual cuando se aborda el estudio de la pobreza en función del género mediante datos cuantitativos consiste en calcular la incidencia de la pobreza para hombres y para mujeres, es decir, calcular el porcentaje de hombres y de mujeres que son pobres en relación al total de individuos del mismo género.

Para cualquiera de los dos ámbitos que hemos analizado (Cataluña y Estado español), así como para los diferentes años observados, los datos muestran que las mujeres tienen un mayor riesgo de pobreza que los hombres: entre un 18,4% y un 21,2% de pobreza femenina y entre un 16% y un 19% de pobreza masculina, en función del ámbito territorial y del año.

Tabla 1. Tasas de pobreza por sexo. Cataluña y Estado español. Años 2004 a 2007

	Año	Hombre	Mujer	Total
Cataluña	2004	16,3	19	17,7
	2005	16	18,4	17,2
	2006	17,2	20,8	19
	2007	16,5	19,8	18,2
Estado español	2004	19	20,8	19,9
	2005	18,6	20,9	19,8
	2006	18,5	21,2	19,9
	2007	18,6	20,9	19,7

Fuente: Encuesta de Condiciones de Vida

Ahora bien, una primera conclusión que obtenemos de la lectura de esta tabla es que las diferencias entre ambos géneros son relativamente pequeñas. Además, en casi todos los casos en los que hombres y mujeres comparten un mismo perfil el riesgo de pobreza es muy similar. Por ejemplo, en función de la edad detectamos un riesgo de pobreza ascendente durante la infancia y que alcanza un máximo en la adolescencia, para después reducirse bruscamente durante la etapa de juventud y la prolongación de la permanencia en el hogar de origen (circunstancia específica de los países mediterráneos, y opuesta, por ejemplo, a la de los países escandinavos). Con la entrada en la edad adulta el riesgo de pobreza aumenta muy lentamente hasta la llegada a la edad de jubilación, que representa uno de los momentos del ciclo vital de mayor riesgo en el Estado y en el conjunto de países del sur de Europa. En todo este proceso, el riesgo de pobreza entre hombres y mujeres y su evolución es notablemente similar.

Por lo que respecta al nivel de estudios también detectamos esta fuerte igualdad entre géneros, si bien el riesgo es siempre superior en las mujeres. La formación aparece como uno de los factores más nítidamente determinantes a la hora de proteger la población ante el riesgo a la pobreza. Sea cual sea el sexo, a un mayor nivel formativo alcanzado se le asocia un menor riesgo de padecer pobreza. Entre los dos extremos formativos las probabilidades de padecer pobreza se reducen en 20 puntos, con datos de 2006: la tasa de pobreza es del 29,5% entre las mujeres con estudios básicos y del 9,5% entre las mujeres con estudios universitarios. A pesar de este efecto protector de la formación, hay que remarcar que a medida que aumenta el nivel de instrucción las desigualdades entre hombres y mujeres se hacen cada vez más grandes: el mayor nivel formativo es una herramienta de protección para los dos sexos pero, sobre todo, para los hombres. De esta manera, una parte del menor riesgo de pobreza en las mujeres con mayor nivel formativo viene explicado por la estructura endógena del mercado matrimonial donde, habitualmente, las mujeres con estudios universitarios conviven con hombres con estudios universitarios. Por tanto, el beneficio que sacan estas mujeres de su formación no es sólo el acceso a unos puestos de trabajo más cualificados de aquellos a los que optan el resto de mujeres, sino también el

acceso a un mercado matrimonial que les es prácticamente reservado: el de los hombres universitarios, que son –en el estado actual del mercado laboral- el colectivo que saca más beneficio de su nivel de instrucción.

Por último, la ocupación también constituye un elemento nuclear de generación de protección o de vulnerabilidad. Aquellos individuos que tienen una vinculación laboral, tanto a tiempo completo como a tiempo parcial, son los que gozan de un menor riesgo de pobreza, del 11,8% en el caso de los hombres y del 9,9% en el de las mujeres ocupados/das a tiempo completo, y del 17% y del 12,7%, respectivamente, en el caso de estar ocupados/das a tiempo parcial. Remarcamos este dato porque la ocupación laboral es uno de los pocos indicadores donde las mujeres tienen un menor riesgo de pobreza que los hombres. Este hecho tiene diversas explicaciones, entre las que queremos destacar:

- a) El alargamiento de la etapa formativa de las mujeres hace que eviten las situaciones de máxima precariedad laboral que padecen los hombres ocupados con baja formación (por ejemplo, entre los 16 y los 19 años el riesgo de pobreza entre los hombres ocupados a tiempo completo sube hasta el 19,1%).
- b) La ocupación a tiempo completo garantiza la erradicación de la pobreza femenina en determinadas situaciones, especialmente ligadas a la convivencia en pareja. Como que, en un núcleo familiar formado por un hombre y una mujer, cuando la mujer está ocupada a tiempo completo el hombre generalmente también lo está, el riesgo de pobreza de los dos es prácticamente inexistente. Por tanto, ocupación femenina a tiempo completo equivale casi siempre a protección ante la pobreza, en la medida en que la faena de la pareja masculina casi siempre se da por descontada.

Cuando observamos los datos de paro nos damos cuenta de que también en este caso las mujeres salen mejor paradas: el riesgo de pobreza masculina en caso de paro es del 35,7%, mientras que el riesgo de pobreza femenina es del 23,6: cuando el hombre está parado las condiciones de vida de la familia empeoran notablemente, ya que todavía mayoritariamente las fuentes de ingresos familiares provienen del trabajo remunerado masculino. En cambio, la presencia de paro en las mujeres no tiene esta repercusión, cosa que confirma que la vinculación laboral femenina aún tiene, dentro de la familia, un rol de complementariedad respecto de los ingresos de los hombres. Las situaciones de inactividad sí que perjudican en mayor medida a las mujeres, y son especialmente graves para las mujeres cuando están viviendo solas: la probabilidad de padecer pobreza se mueve alrededor del 60% y aparecen, por tanto, como uno de los colectivos más vulnerables del conjunto de la estructura social catalana.

Ahora bien, la igualdad relativa entre géneros por lo que respecta al riesgo de padecer pobreza se rompe en dos dimensiones de análisis: la tipología del hogar y el estado civil. Respecto a la tipología del hogar encontramos evidentes desigualdades por razón de género. Por un lado, los hogares de tipo individual presentan una fuerte desigualdad del riesgo de pobreza por géneros: en todos ellos el riesgo de pobreza en las mujeres es muy superior al riesgo entre los hombres. En los hogares femeninos individuales el riesgo de padecer pobreza se sitúa en un 20,1% cuando la mujer tiene entre 30 y 64 años, y se dispara

hasta el 66,2% cuando la mujer es joven (de 16 a 29 años) y hasta el 57,6% cuando es de edad avanzada. En los hogares individuales formados por un hombre el riesgo de pobreza es muy inferior: 11,9% cuando es un adulto, 22,2% cuando es un hombre de edad avanzada y 48,1% cuando es un joven. Por otro lado, en los hogares de tipo familiar las diferencias son muy menores, entre un 1% y un 2% (incluso los hogares formados por un padre con hijo/s tienen un riesgo superior, pero son cuantitativamente poco numerosos).

Respecto al estado civil, volvemos a encontrar diferencias evidentes generadas alrededor del eje familia/individuo. Cuando el hombre o la mujer están casados y, por tanto, en el hogar predomina la dimensión familiar, el riesgo de pobreza es prácticamente idéntico para los dos géneros: 17,6% en los hombres y 18% en las mujeres. Ahora bien, en todo el resto de hogares, donde predomina la dimensión individual, el riesgo de pobreza femenina es muy superior. Especialmente graves son los casos en los que la mujer está separada (riesgo de pobreza del 31,8%) o es viuda (29,5%), con un riesgo de pobreza superior al masculino y también a la media. En estos casos, sólo el hecho de estar ocupada a tiempo completo garantiza a la mujer una relativa protección ante la vulnerabilidad (tasa de pobreza del 15,1% en caso de ser viuda y estar ocupada a tiempo completo, y del 19,7% en caso de estar separada). Esta circunstancia se reproduce cuando la mujer es soltera o divorciada, pero en estos casos el hecho de estar ocupada a tiempo completo sí que les da un mayor grado de protección (las tasas de pobreza se sitúan por debajo del 10%), mientras que el resto de situaciones ligadas a un debilitamiento de las fuentes de ingresos (ocupación a tiempo parcial, paro o inactivitat) siguen representando un lastre para las condiciones de vida femeninas. Hay que apuntar, en este sentido, que el hecho que las mujeres divorciadas tengan la tasa de ocupación más elevada (7 de cada 10 estaban ocupadas, mayoritariamente a tiempo completo) explica que este sea el estado civil que comporta un menor riesgo de pobreza femenina, del 15,8%.

También tiene importancia el número de personas que vivan en el hogar. Cuando la mujer vive sola el riesgo de pobreza es muy alto, sea cual sea su estado civil. En cambio, a medida que hay más miembros en el hogar el riesgo de pobreza femenina tiene un comportamiento diferente:

- a) Si la mujer es viuda o divorciada el riesgo de pobreza disminuye a medida que el hogar está más poblado. Estos procesos de ruptura familiar se dan en edades avanzadas (la media de edad de las mujeres viudas era de 71 años, y la de las divorciadas de 51) y los otros miembros que viven con la mujer acostumbran a ser hijos que ya tienen edad de trabajar y, por tanto, de aportar ingresos al hogar.
- b) Cuando la mujer está separada el riesgo de pobreza es muy alto a partir de la presencia de 3 miembros en el hogar. En esta situación, la presencia de otros miembros en el hogar viene dada sobre todo por hijos de corta edad y que aún no trabajan.
- c) Cuando la mujer es soltera y no vive sola, el riesgo de pobreza es similar a la media y es relativamente independiente del número de miembros del hogar.

A raíz de lo que hemos observado en los puntos anteriores consideramos que los mecanismos metodológicos de medida de la pobreza remarcan en exceso la dimensión familiar. Al analizar los datos estadísticos existentes nos damos cuenta de un problema: es fácil detectar rápidamente un mayor riesgo de pobreza femenina cuando las mujeres viven solas, pero en los hogares de tipo familiar el riesgo de pobreza es prácticamente idéntico tanto para uno como para el otro sexo.

¿Por qué? Porque el cálculo de pobreza homogeneiza todos los miembros de un mismo hogar. Nos encontramos, por tanto, ante un problema de tipo metodológico que hemos llamado “velo familiar”. Los mecanismos metodológicos utilizados actualmente para medir la pobreza posibilitan la aparición de este velo, que nos puede llevar a confusiones o a interpretaciones simplistas ya que equiparan las tasas de pobreza entre hombres y mujeres de un mismo hogar, pero no da explicación de la distribución de los recursos que se da en el seno de los hogares, ni de como esta distribución de recursos responde a unas inercias de poder y de dominio.

Una vez detectada la limitación en relación a la desigualdad de género que ofrecen las estrategias metodológicas convencionales para el cálculo de pobreza, queremos mostrar brevemente en qué situación se encontrarían hombres y mujeres en un nuevo marco hipotético: queremos descubrir si realmente hay una desigualdad entre hombres y mujeres dentro del hogar que queda escondida bajo el velo metodológico familiar o si, una vez desvelado este velo, las desigualdades entre hombres y mujeres en relación al riesgo de padecer pobreza siguen siendo similares.

Para hacerlo hemos desestimado la utilización de los mecanismos convencionales de medida de la pobreza (utilizados en el apartado anterior) y nos hemos dotado de un nuevo indicador: el riesgo de pobreza bajo el supuesto de autonomía. Este indicador no es otra cosa que la tasa de pobreza convencional formulada con otros criterios: ahora, el análisis se realiza delimitando el individuo como una unidad autónoma dentro del hogar y contabilizando exclusivamente sus ingresos personales. Para afinar el análisis, se han incluido sólo aquellos individuos mayores de 15 años y que ya no estaban cursando ningún tipo de formación.

Mediante este ejercicio, hemos detectado que las tasas de pobreza aumentan relativamente poco en el caso de los hombres (del 17,2% al 20,5% en la pobreza estándar; del 6,6% al 10,4% en la pobreza grave y del 2,8% al 7,2% en la pobreza extrema), mientras que en el caso de las mujeres las tasas de pobreza en caso de autonomía se disparan (del 20,8% al 54,1% en la pobreza estándar; del 7,8% al 38,2% en la pobreza grave y del 2,6% al 28% en la pobreza extrema) y son, aproximadamente, entre tres y cuatro veces superiores que las masculinas. Y esta tónica desigualitaria se reproduce en prácticamente todos los perfiles de hombres y de mujeres, a diferencia de lo que sucedía cuando el análisis se abordaba en base al hogar. A raíz de la comparación entre las tasas de pobreza calculadas de forma convencional y las tasas de pobreza calculadas bajo el supuesto de autonomía, hemos clasificado los diferentes perfiles de hombres y de mujeres en 4 situaciones de pobreza:

- a) Protección. Tienen cabida los perfiles de individuos alejados de la pobreza sea cual sea la metodología de medida. Las tasas de pobreza calculadas a partir de la metodología convencional son muy bajas (siempre por debajo de la media, y habitualmente por debajo del 10%), y las calculadas según el supuesto de autonomía se mueven alrededor del 20%.
- b) Pobreza individual. En este grupo aparecen los perfiles con un riesgo de pobreza ligeramente superior que en el anterior, pero donde el hecho de utilizar la metodología convencional o la metodología según el supuesto de autonomía no hacen variar en exceso los resultados, por lo que el peso de la dimensión individual es más relevante que el de la dimensión familiar.
- c) Pobreza implícita. Éste es un grupo que tradicionalmente queda escondido a partir de la metodología convencional pero que aparece explícitamente cuando medimos la pobreza de forma individual. Aparecen individuos con un riesgo de pobreza moderado-bajo cuando viven en una familia, pero donde el hecho de quedarse solos les repercutiría en un aumento drástico del riesgo de pobreza. La aparición de este grupo es una de las principales novedades que hemos descubierto en esta investigación.
- d) Pobreza explícita. En este grupo se incluyen los perfiles con un elevado riesgo de pobreza, con independencia de la metodología de cálculo utilizada.

En los dos cuadros siguientes clasificamos los diversos perfiles de hombres y de mujeres en las cuatro posiciones respecto de la pobreza. Como se observa, la mayoría de perfiles femeninos se concentran en el cuadrante inferior, el de mayor gravedad, de la gráfica. En situación de pobreza implícita encontramos mujeres casadas y perfiles de relativa cualificación, que no presentan un riesgo de pobreza notable siempre que convivan en el hogar. En situación de pobreza explícita hay los perfiles de menor cualificación y de desvinculación respecto al mercado de trabajo. En el cuadrante superior el número de perfiles es mucho más reducido, y sólo las mujeres ocupadas a tiempo completo, las que poseen una titulación universitaria y las de mayor categoría profesional están protegidas ante la pobreza, incluso en caso de vivir solas.

La situación entre los hombres es opuesta. La mayoría de perfiles se encuentran en el cuadrante superior, de mayor protección. En situación de riesgo sólo detectamos perfiles desvinculados del mercado de trabajo: los hombres parados tienen un elevado riesgo de pobreza tanto si viven en familia (en este caso el riesgo se extiende al resto de miembros) como si viviesen solos, mientras que los hombres con invalidez y los ocupados a tiempo parcial (en estos últimos con un fuerte componente juvenil) tan sólo tendrían un elevado riesgo de pobreza en caso de desaparecer la protección familiar.

Tabla 2. Tipologías de pobreza femenina y tasas por perfiles.

Protección			Pobreza individual		
Tiempo completo	9,7	17,8	Jóvenes	14,8	35,1
Universitarias	7,7	19,3	Divorciadas	16,3	35,1
Propietarias/directivas/técnicas	7,9	22,6	Solteras	21,3	39,3
			Separadas	27,4	41,4
Pobreza implícita			Pobreza explícita		
Secundaria oblig.	19,4	63,5	Sus labores	31,4	94,6
No cualificadas	22,4	60,5	Paradas	24,9	83,8
Casadas	18,4	60,2	Incapacitadas	23,6	77
Cualificadas	7,2	59,4	Estudios básicos	29,3	73,6
Tiempo parcial	12,7	58,5	Edad avanzada	29,6	72,6
Adultas	19	53,6	Rurales	28,5	69,7
Urbanas	18,7	51,5	Jubiladas	25,8	65,4
Secundaria post.	14,8	42,6	Viudas	29,8	50,7

Fuente: Elaboración propia a partir de la ECV (2006)

Tabla 3. Tipologías de pobreza masculina, y tasas, por perfiles.

Protección			Pobreza individual		
Cualificados	6,6	8,9	Solteros	13,2	26,5
Separados	5,8	9,3	Estudios básicos	27,2	29,2
Universitarios	4	9,8	Rurales	23,1	29,5
Tiempo completo	12,2	11,6	Jubilados	25,2	32,6
Propietarios/dir...	8,2	13,4	Viudos	24,2	33,4
Adultos	16,5	16	Edad avanzada	25,9	34,6
Divorciados	8,5	16,4			
Secundaria post.	12,4	17			
Casados	18,1	17,8			
Urbanos	15,2	18,9			
Secundaria oblig.	16,4	18,9			
Jóvenes	10,1	19,2			
Cualificados	6,6	22,7			
Pobreza implícita			Pobreza explícita		
Incapacitados	19,9	43	Parados	37,1	60,8
Tiempo parcial	12,2	37			

Fuente: Elaboración propia a partir de la ECV (2006)

Los cuadros anteriores muestran cómo la explicitación de la pobreza implícita pone de manifiesto una situación de mayor vulnerabilidad de las mujeres dentro del entorno familiar o, mejor dicho, si éste no actuase como contorno. Este hecho muestra, una vez más, la posición de subordinación de las mujeres tanto en el propio entorno familiar como en el mercado de trabajo. Sus ingresos siguen siendo inferiores y actúan como economías complementarias de la “persona principal” que normalmente recae sobre aquella persona que más ingresos aporta al hogar.

Como ya hemos indicado anteriormente, la lógica patriarcal de nuestro sistema social y económico y la lógica que comporta de reparto desigual entre los géneros de los recursos (materiales, monetarios, simbólicos, relacionales...) actúa aumentando la vulnerabilidad social de las mujeres respecto a los hombres, otorgándoles a las primeras un papel subsidiario, monetariamente hablando, en el mantenimiento de sus propias subsistencias. Esta lógica de dominación masculina impregna también la valoración y el valor social del trabajo remunerado realizado por las mujeres haciendo que la segregación laboral se complemente con la discriminación salarial. Teniendo en cuenta que la medida de la pobreza recae, fundamentalmente, sobre la distancia de los ingresos propios en relación al lindar para una población determinada, cuando se aíslan a las mujeres de los recursos monetarios compartidos y se tienen en cuenta sólo los que ellas obtienen, las cifras hipotéticas de pobreza se disparan incluso para las mujeres cualificadas, con estudios secundarios postobligatorios y urbanas.

Pues bien, en los relatos biográficos resultado de las entrevistas en profundidad realizadas a mujeres en situaciones de pobreza y de vulnerabilidad social y económica, aparecen repetidamente tres factores incisivos y decisivos que se combinan y se complementan a la hora de significar dichas posiciones en la estructura de oportunidades de las mujeres. El primero de ellos es el trabajo remunerado, con dos componentes muy estructurantes de la relación de estas personas con la experiencia laboral. El primero de estos componentes es el tipo de trabajos a los que tienen acceso o que han desarrollado en su trayectoria vital. La coincidencia es plena: se trata de labores escasamente remuneradas, de jornadas laborales amplias y de contratos (cuando hay) temporales. Estas tres marcas configuran una precariedad laboral muy alejada de lo que para muchas de ellas sería deseable, una especie de flexiseguridad que las protegiese de las coyunturas y que les diese una seguridad en forma de continuidad de ingresos. Podríamos decir que estas mujeres representan el último peldaño de la explotación de las condiciones de trabajo. No es que los trabajos a los que acceden sean consustancialmente precarios, sino que se precarizan aún más si cabe a partir de las características de las propias mujeres que se postulan para realizarlos. El segundo componente que estructura la relación de estas mujeres con el trabajo es la friccionalidad de entrada y salida del mercado de trabajo, sea formal o informal. En gran parte la intermitencia viene determinada por la posición de la mujer en la estructura familiar de origen o la propia creada, como factor exógeno al propio mercado de trabajo, pero también por el tipo de trabajos a los que tienen acceso que la favorecen.

Los relatos de las mujeres pobres también ponen de manifiesto la centralidad que ocupan ellas mismas en sus estructuras familiares, como proveedoras de recursos, tanto monetarios como de no monetarios. Es el segundo factor al que hacemos referencia. Salvo los hogares de mujeres unipersonales, las formas de pobreza detectadas tienen también mucho que ver con las economías que se desarrollan entre los miembros de la familia o de los que conviven con la mujer pobre. En estas economías la mujer se convierte en una figura importante como proveedora de recursos ya que el marido o el compañero, frecuentemente, no aporta o aporta escasos recursos monetarios a la unidad familiar. Especialmente nos encontramos esta situación entre las familias monomarentales en las que el marido toma una posición absentista de sus responsabilidades por lo que respecta a la manutención. Las formas de pobreza más extremas en los hogares de estas mujeres se dan en aquellas en las que todos los miembros se encuentran en situación de paro. La falta de acceso de las mujeres a relaciones laborales de calidad unida a esta centralidad monetaria, hacen que sus familias vivan en la precariedad.

Como tercer factor que incide en la pobreza de estas mujeres es la pérdida de relaciones sociales a medida que avanza el proceso de exclusión y que se cronifica. Esta idea es más característica de los tipos o perfiles de pobreza que rozan la marginalidad social, es decir, cuando se combinan factores de escasez económica y situaciones de dependencia más o menos permanentes, bien sean derivadas de la adicción a las drogas o por el hecho de padecer enfermedades crónicas que impiden desarrollar una vida social. En este sentido, esta característica que podemos denominar de aislamiento social, no se da tanto en mujeres pobres inmigradas, ya que normalmente tienden a acumular el mayor número posible de densidad de contactos; además, ellas son conscientes de la importancia de las redes sociales y de los contactos en la sociedad de acogida para poder salir de los estados carenciales que presentan, hecho que las hace concebir su situación de pobreza como una situación de provisionalidad. Los individuos pobres en general, las mujeres pobres en particular, presentan un deterioro de su capital relacional: reducen más su ocio social, frecuentan menos las amistades, la degradación de las zonas donde habitan multiplica la pérdida de relaciones habituales, abandonan más frecuentemente las asociaciones en las que participaban. El empobrecimiento de estas mujeres afecta a la calidad y la frecuencia de la sociabilidad con diferentes miembros de su familia, sea ésta la más cercana o la más extensa, con las amistades por la pérdida de lazos que tienen que ver con no poder seguir realizando ciertas actividades sociales o con la vergüenza de presentarse con dificultades, con los vecinos y con los compañeros de trabajo.

Los discursos de las mujeres pobres verbalizan las razones estructurales como la segmentación y discriminación en el mercado de trabajo, la desigual distribución social de las rentas o la falta de oportunidades de las que parten para sus biografías de clase social. A pesar de esto, no hay una toma de conciencia intelectual y racional sobre los factores ligados a la desigualdad social, sino que en los discursos está muy presente un tipo de racionalización basada en el destino y en la fatalidad. Sus situaciones serían, pues, fruto de la mala suerte en la vida. En este sentido, podemos observar una interiorización de los parámetros dominantes en la sociedad de mercado, que son básicamente la autoinculpación en relación a su situación carencial. Los discursos también reflejan una cadena de

acontecimientos que se atribuyen a decisiones personales y que no se enmarcan en contextos en los que la pobreza, la exclusión o la falta de oportunidades, forman parte de la desigual distribución y acceso a los recursos, no sólo monetarios, sino también simbólicos, culturales y sociales.

En definitiva, en los relatos de estas mujeres hay una desesperanza, a pesar de que los impulsos les lleven a seguir adelante y a luchar por sus familias. La racionalización que a menudo efectúan las sitúa en la expresión exotérica de la vida: el destino y la fatalidad siempre están latentes en sus discursos. Hay diferentes grados de conciencia sobre un sistema patriarcal y de mercado que les ha llevado a su situación de vulnerabilidad y de precariedad. Ellas ven su vida como un encadenamiento de decisiones que les han llevado a su situación actual.

Sin embargo, los relatos biográficos muestran que estas decisiones, en buena medida, se encardinan dentro de los dos sistemas de dominación que sujetan a las mujeres en posiciones de dominación: una estructura familiar tradicional y patriarcal que les asigna posiciones de sostenimiento de la familia sin atorgarles una calidad de vida personal y que reduce drásticamente sus posibilidades de autopromoción personal y una estructura de mercado que les segrega y discrimina por sus propias características biográficas.

5. CONCLUSIONES

La dominación masculina es un elemento constitutivo de la vida social occidental. De hecho, ésta está estrechamente relacionada con cuestiones de poder y control. Por otro lado, las identidades generizadas constituyen el elemento básico de cohesión, y un elemento que nos obliga a una reformulación de la conceptualización del poder, entendido ahora más allá del Estado y sus instituciones, y que nos impone denunciar el dispositivo sociopolítico de organización de espacios sociales sexuados y jerarquizados que son parte decisiva de la organización económica y cultural de la modernidad (público-productivo-masculino respecto a privado-reproductivo-femenino). Dispositivo regulador de las relaciones entre hombres y mujeres que no representa casos aislados o asuntos privados de pareja, sino que son relaciones sistémicas. Relaciones que no se pueden entender como complementariedad de roles, sino como relaciones de dominación. Su omisión, olvido o ignorancia invisibiliza la discriminación y exclusión social o la violencia estructural (o el patriarcado, si se prefiere) que las relaciones de género comportan. Violencia estructural que se manifiesta como un poder desigual y, consiguientemente, como diferentes oportunidades de vida entre hombres y mujeres.

En este sentido, se ha planteado en forma crítica que en muchos de los trabajos existentes sobre la “feminización de la pobreza” se constata un escaso énfasis en la relación estructural entre hombres y mujeres. Entonces, en el análisis de la pobreza y la exclusión social hay que partir de esta relación, de la existencia de un sistema de relaciones sociales, simbólicas y psíquicas asimétricas en las que se sitúa de forma diferente y desfavorable a las mujeres respecto de los hombres. En otras palabras, un sistema de producción de

significados socialmente contruidos y por tanto de construcción histórica de las subjetividades, inevitablemente ligada a la producción de significaciones identitarias, de posicionamientos de géneros, de identidades sociales. De identidades que legitiman que en el mundo real existen trabajadores y, después, mujeres que “trabajan fuera del hogar”.

En este marco de desigualdad de género, las demandas igualitarias de las mujeres, aunque sea en su forma más tímida de pedir una ocupación digna/decente, provocan una serie de contradicciones que sólo pueden resolverse con un replanteamiento radical del papel de los diferentes espacios sociales (mercado laboral, sector público, espacio doméstico).

Tal como ha quedado patente, el riesgo de pobreza y exclusión social afecta en mayor medida al colectivo femenino. Buena parte de esta afectación es implícita (latente) y consigue pasar el filtro de las aproximaciones metodológicas más utilizadas, creando así un estado de aparente igualdad entre hombres y mujeres. El hecho de que el 54,1% de mujeres de 16 y más años y que ya no estudian fuesen pobres en caso de vivir solas (por sólo un 20,5% de los hombres), es decir, con sus únicos ingresos, es una señal de que la desigualdad por razón de género impregna las diversas instituciones sociales y, también, la familia. Los discursos de mujeres en situación de vulnerabilidad social reactivan constantemente la dimensión familiar. Por tanto, a partir de los resultados obtenidos consideramos que hay que explicitar que la feminización de la pobreza se ha de analizar teniendo en cuenta la estructura familiar, ya que ésta es muchas veces la base del problema. Una institución familiar que aun hoy no considera imprescindible dotar de las mismas oportunidades educativas a los hijos y a las hijas, que se resiste a que las mujeres trabajen fuera de la unidad familiar y que concibe las tareas del hogar como un trabajo gratuito, unos factores que penalizan las condiciones de vida de las mujeres y que casi siempre quedan en el olvido de los estudios sobre pobreza y exclusión social.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andersen, J., Larsen, J. (1998). Gender, poverty and empowerment. *Critical social policy*, 55, 241-258.
- Benería, L. (1992). Accounting for women's Work: the Progress of Two Decades. *World Development*, 20 (1), 63-95.
- Borderías, C.; Carrasco, C. y Alemany, C. (1994). *Las mujeres y el trabajo. Rupturas conceptuales*. Madrid: Icaria-Fuhem.
- Chant, S. (2003a). Nuevas contribuciones al análisis de la pobreza: desafíos metodológicos y conceptuales para entender la pobreza desde una perspectiva de género. *Serie Mujer y Desarrollo*, 47. Unidad Mujer y Desarrollo. CEPAL. Recuperado de <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/7/14837/lcl1955e.pdf>
- Chant, S. (2003b). *Female household headships and the feminisation of poverty: facts, fictions and forward strategies. Working Paper 9*. London School of Economics, Gender Institute.

- Comas, D. (1995). *Trabajo, género y cultura. La construcción de las desigualdades entre hombres y mujeres*. Barcelona: Icaria.
- Espinar, E. y Mateo, M. A. (2007). Violencia de género: Reflexiones conceptuales, derivaciones prácticas. *Papers. Revista de sociología*, 86, 189-201.
- Gardiner, J. (1997). *Gender, Care and Economics*. Londres: MacMillan Press Ltd.
- Holgado, I. (2006). Mujeres e inmigración: viajeras que transforman el mundo. En Calvo, A., García, M. y Susinos, T. (Eds.), *Mujeres en la periferia. Algunos debates sobre género y exclusión social (150-180)*. Barcelona: Icaria.
- Kabeer, N. (1998a). Tácticas y compromisos: nexos entre género y pobreza. En Arriagada, I. y Torres, C (comps.), *Género y pobreza. Nuevas dimensiones (210-235)*. Santiago de Chile: ISIS Internacional.
- Kabeer, N. (1998b). *Realidades trastocadas. Las jerarquías de género en el pensamiento del desarrollo*. México: Paidós.
- López, M. F. (1989). La feminización de la pobreza. *Cuadernos de acción social*, 14, 51-55.
- Maruani, M. (2002). *Trabajo y el empleo de las mujeres*. Madrid: Editorial Fundamentos.
- PNUD (1999). *Informe sobre Desarrollo Humano 1999*. Madrid: Mundi-Prensa.
- PNUD (2007). *Informe sobre el desarrollo humano 2007/2008*. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. Recuperado de http://hdr.undp.org/en/media/HDR_20072008_SP_Complete.pdf
- Sassen, S. (2003). *Contrageografías de la globalización. Género y ciudadanía en los circuitos transfronterizos*. Madrid: Traficantes de Sueños.

DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD DE SANTA FÉ DE LA LAGUNA COMO PARTE DE LA RUTA DE DON VASCO

Dora Aguilasocho Montoya - amontoya@umich.mx - UMSNH
Mari Carmen Valentín Cardon - sombra_krmn@hotmail.com - UMSNH
Irma Cristina Espitia Moreno - ic_em3@hotmail.com - UMSNH

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo es hacer un diagnóstico turístico en la comunidad indígena de Santa Fé de la Laguna, Michoacán, que forma parte de la “Ruta Don Vasco”, para conocer si existen las condiciones necesarias para recibir al turista y preservar la cultura. Además de fomentar un turismo respetuoso y consiente sobre la conservación del patrimonio cultural tangible e intangible de la misma.

Palabras Clave: Turismo, conservación de la cultura, diagnóstico

ABSTRACT

The objective of this work is to make a diagnosis of tourism in the indigenous community of Santa Fe de la Laguna, Michoacan, which is part of the "Don Vasco Route" to know if exist the conditions necessary to receive tourists and preserve the culture. Besides promoting responsible tourism and agree on the conservation of tangible and intangible cultural heritage of it.

Keywords: tourism, cultural preservation, diagnosis

1.-INTRODUCCIÓN

Actualmente uno de los objetivos dentro del plan nacional de desarrollo del gobierno federal es hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, además de que se pretende aumentar en un 35% el número de visitantes internacionales al año 2012. Todo esto haciendo del turismo una prioridad nacional para generar inversiones, y combatir la pobreza, en las zonas con atractivos turísticos competitivos, garantizando un desarrollo turístico sustentable y el ordenamiento territorial integral.

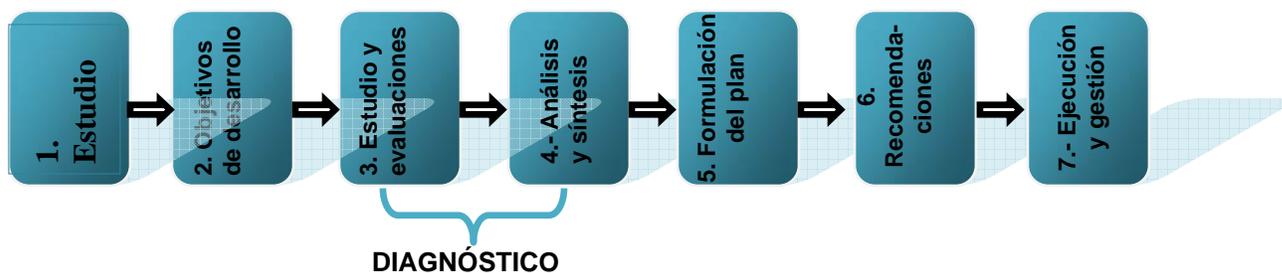
Debido a la gran riqueza natural y cultural de Michoacán, el turismo es de gran importancia en la economía estatal, por ello tanto el gobierno federal como estatal han sumado esfuerzos creando programas como la conocida “Ruta de Don Vasco” para impulsar el desarrollo económico del mismo. Se manifiesta que el turismo puede ser el alivio de la pobreza de algunas comunidades, pero la pregunta es ¿a qué precio?

El objetivo del presente trabajo es hacer un diagnóstico turístico en la comunidad indígena de Santa Fé de la Laguna para conocer si existen las condiciones necesarias para

recibir al turista y preservar la cultura. Además de fomentar un turismo respetuoso y consiente sobre la conservación del patrimonio cultural tangible e intangible de la misma.

El diagnóstico turístico consiste en la recolección de información y análisis de los elementos que permiten el funcionamiento turístico de un destino (atractivos, oferta de servicios, demanda, infraestructura, forma de gobierno y comunidad receptora), así como de las condiciones del entorno que pueden influir en su dinámica. El objetivo principal del diagnóstico turístico es identificar el potencial turístico de un lugar o sitio turístico. Asimismo, permite identificar los recursos disponibles y detectar oportunidades para impulsar el desarrollo turístico (Santa Fé, en este caso), así como sus carencias y/o aquellos factores que están afectando positiva o negativamente la actividad turística en el destino.

Fig. 1 Proceso de planeación del turismo



2.-EL DIAGNÓSTICO TURÍSTICO

El diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística oferta y demanda del uso y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar. Lo que busca específicamente es definir la situación del destino turístico en el presente, es decir, antes de que se ejecute la planificación.

Desde este punto de vista, se ha identificado que el diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos:

1. Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
2. Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.
3. Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística.

El diagnóstico consta de tres fases: la Fase del diseño del diagnóstico, fase de recolección de información de campo y por último la fase de análisis y sistematización de resultados.

2.1.- FASE DE DISEÑO DEL DIAGNÓSTICO

Tiene como propósito definir el tipo y la forma en que se recogerá la información de campo. De manera general incluye tres actividades:

- A).- La determinación del enfoque de planificación o tipo de planeación y la delimitación del área de estudio
- B).-La revisión de la literatura
- C).- Planificación del trabajo de campo.

A).- Definición del tipo de planificación turística y la delimitación del área de estudio.

La primera actividad consiste en definir si estamos haciendo planificación en espacios naturales, costeros, rurales o urbanos. Luego, de acuerdo a las potencialidades identificadas, intereses de la demanda o del organismo planificador, definir si la planificación tendrá un enfoque económico, comunitario, sostenible u otro.

Tener claro el tipo de espacio y el enfoque nos permite ajustar el proceso de diagnóstico a la realidad local e incluso, a adaptar los instrumentos de recolección de información a los objetivos planteados.

Delimitación del área de estudio

Esta actividad implica la delimitación del sistema turístico que se va a evaluar. En efecto, si estamos haciendo el diagnóstico turístico de una localidad (comunidad, municipio, ciudad), puede suceder que los límites territoriales sean más amplios que lo que se pretende (o se debería) planificar turísticamente.

En todo caso, es importante la identificación de los límites político-territoriales de la localidad con el fin de determinar un espacio físico concreto, fácilmente identificable y capaz de ser ubicado en mapas o coordenadas.

B).- Revisión de documentos

La revisión de documentos consiste en buscar información del lugar de estudio que haya sido levantada previamente. Este paso previo a la recolección de información de campo, se hace con el propósito de ahorrar tiempo, recursos humanos y económicos, así como contextualizar la información que se recogerá posteriormente.

La información documental incluye libros, videos, archivos, periódicos, elementos multimedia e Internet. El tipo de información que vamos a buscar depende del tipo de planificación que se está haciendo.

En general, los datos que se pueden recoger tienen que ver con datos contextuales como:

- Planes de desarrollo previos para la localidad
- Actores sociales locales
- División político - territorial
- Demografía
- Principales actividades económicas
- Características geográficas
- Identificación de las principales atracciones
- Comités o asociaciones de turismo existentes

C).- Planificación del trabajo de campo

Una vez revisados los documentos y la información existente acerca del destino turístico, se tiene una idea clara de los estudios que hacen falta. Este paso consiste en definir:

1. Metodología. Se elaboraron fichas se van a aplicar a través de observación, encuestas, entrevistas en la comunidad.
2. Recursos Humanos. Para recoger la información en la comunidad solo se cuenta con una persona.
3. Tiempo. Cuánto tiempo se va asignar para la recolección de información. Si se tiene que elaborar el diagnóstico turístico de varias comunidades es importante elaborar un cronograma detallado.
4. Recursos Económicos. En términos de viáticos, traslados, peajes, entradas.
5. Materiales. Fotocopias y una computadora.

2.2.- FASE DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN DE CAMPO

Una vez completada la primera fase, se procede a recoger la información de campo, a través de tres fichas diseñadas para caracterizar los 6 elementos del sistema turístico local, así como ciertas condiciones del entorno.

Los pasos que se siguen en la fase de recolección de información de campo son:

- I.- Aplicación de la ficha de Diagnóstico Turístico de Comunidades
- II.- Aplicación de la ficha de Caracterización de Demanda
- III.- Aplicación de la ficha de Caracterización de Atractivos y Recursos Turísticos.

La primera nos servirá para obtener información acerca del potencial del sitio turístico, la segunda ficha fue diseñada para la elaboración de estadística turística y perfil del visitante, y la tercera ficha parte de la metodología de inventarios de Turismo para caracterizar además actividades e instalaciones turísticas.

2.2.1.- FICHA DE DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DE COMUNIDADES

Esta ficha nos servirá para obtener información técnica acerca del potencial sitio turístico y consta de cinco partes, una para datos generales y las otras para recoger información referente a cuatro de los elementos del sistema turístico: planta turística, infraestructura, gobernanza (forma de gobierno) y comunidad receptora.

A continuación se describen los contenidos de cada una de las partes de la ficha 1:

1.-Datos generales: La sección de datos generales sirve para establecer el lugar exacto donde se está realizando el diagnóstico o proyecto turístico.

2.-Oferta de servicios: Identifica en número y tipo, los servicios turísticos que encontramos en la comunidad o destino.

Dentro de los servicios se identifica alojamiento (hoteles, hostales, hosterías, pensiones, hospederías comunitarias); alimentación (restaurantes, cafeterías, fuentes de soda, bares); esparcimiento (discotecas, cines, teatros, instalaciones deportivas) y otros servicios de apoyo al turismo (agencias de viaje, operadoras, oficinas de información turística, bancos).

3.-Infraestructura de servicios básicos: La infraestructura está constituida por los servicios básicos con los que cuenta el destino los cuales son indispensables para la producción de los servicios turísticos.

En la ficha se identifica las distancias a otros centros turísticos, accesibilidad y vías de acceso al destino, medios y terminales de transporte. Se caracteriza además los medios de comunicación existentes, la disponibilidad de agua potable, centros de salud o atención médica inmediata, sistema de energía eléctrica, gasolineras y estaciones de servicio.

4.-Gobernanza: Se identifica los diferentes órganos reguladores que han apoyado en el desarrollo del turismo en el destino como oficinas nacionales, provinciales o municipales de turismo, así como los planes ejecutados y por ejecutar y la opinión y visión de la comunidad ante la planificación turística.

5.-Comunidad receptora: Se registra las actividades económicas más rentables que se desarrollan en el destino, así como el tipo y porcentaje de empleo turístico.

Se identifica el nivel de participación ciudadana, el grado de formación de los habitantes, las habilidades y destrezas para turismo, actitudes con respecto a la actividad y finalmente problemas sociales existentes en la comunidad.

2.2.2.- FICHA DE CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA

La caracterización de la demanda en un destino, idealmente debería ser un proceso estadístico que se aplique con una metodología y frecuencia definidas. Sin embargo, en nuestro país son pocos los municipios y localidades que pueden asumir los costos de una medición periódica.

Para hacer el diagnóstico turístico, se aplicó una ficha de demanda en la comunidad, de forma simultánea a la ficha de diagnóstico de comunidades. La ficha de caracterización de la demanda recoge información mayormente cualitativa por medio de observación directa o preguntas a varios informantes clave. No está diseñada específicamente para hacer estadística turística, sin embargo, podría ampliarse y adaptarse con la finalidad de recoger información cuantitativa. Los datos que se recogieron son los siguientes:

1.-Periodicidad y frecuencia de la visita turística: Es decir, cuándo (todos los días o fines de semana) y cada cuánto tiempo vienen los visitantes (feriados, temporadas o estaciones, visitas permanentes o esporádicas).

2.-Forma de viaje: Si la demanda viaja de manera independiente o hace uso de agentes u operadores de viaje.

3.-Origen de la demanda: Se refiere al lugar habitual de residencia caracterizado en internacional, nacional y regional.

4.-Motivos de visita y tiempo de estadía: Con la finalidad de identificar intereses así como diferenciar turistas de excursionistas.

5.-Gasto promedio: Promedio de gasto diario por el uso de servicios turísticos.

2.2.3- FICHA DE CARACTERIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS

El inventario de atractivos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística del país. De manera específica, los atractivos turísticos son el conjunto de lugares, bienes

costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

2.3- FASE DE ANÁLISIS Y SISTEMATIZACIÓN DE RESULTADOS

En términos generales, se puede llamar “análisis”, al tratamiento de los resultados obtenidos durante la recolección de información. La fase de análisis abarca primero la sistematización de los resultados obtenidos y luego consiste en convertir esos resultados en una base efectiva para la toma de decisiones, a través de diferentes herramientas, éstos se analizan de forma integrada e interrelacionaran todos los elementos del sistema turístico con la finalidad de: determinar la potencialidad turística del lugar, calcular las limitaciones de crecimiento, segmentar el mercado objetivo, identificar los productos potenciales y obtener resultados que permitan el direccionamiento del plan y la toma de decisiones.

2.3.1-RESULTADOS OBTENIDOS EN LAS FICHAS DE DIAGNÓSTICO

Diagnóstico Turístico de Comunidades (Ficha 1)

Santa Fe de la Laguna es, un pueblo indígena perteneciente al municipio de Quiroga, Michoacán, México; cuya población total de es de 4046 personas, de cuales 1931 son hombres y 2115 Mujeres.

La Oferta de servicios que posee Santa fé de la laguna en cuanto alojamiento son: Hostales con 6 habitaciones como máximo por cada hostel (siendo un total de 4 hostales). Los establecimientos de alimentos que existen dentro de la misma son: cocinas tradicionales con una capacidad de 20 a 30 personas en las cuales, ofrecen una variedad de platillos típicos de la región y han tomado cursos de comida internacional para brindar un mejor servicio al turista. La comunidad cuenta también, con kioscos de comida durante la mañana, tanto en la plaza principal como al borde de la carretera.

La comunidad cuenta con vías de acceso (carreteras y calles pavimentadas), en muy buen estado. Las carreteras cuentan con señalización para llegar a la comunidad pero, desgraciadamente no señalización turística. En cuanto al transporte, existen diferentes líneas de autobuses que, aunque no cuenten con una terminal en la comunidad, funciona como punto de acenso y descenso los cuales pasan cada 30 minutos.

Comunicaciones.- Santa Fé es, una comunidad que cuenta con zonas denominadas de “alta marginación” pero, cuenta con líneas telefónicas Telmex; cobertura para celular Telcel; cabinas de teléfono para uso público Telmex; cibercafés y una oficina de correo, las cuales comunican a la población con el mundo.

Sanidad.- La comunidad no cuenta con el servicio de agua potable Oapas si no que, posee una red pública de agua potable que es tratada con cloro antes de su distribución, siendo ésta la fuente principal de abasto del 95% de la población (el 5% restante no cuenta con el servicio debido a que son casas recién construidas y están bastante alejadas de la comunidad), también existen pozos o yacimientos de agua que abastecen la comunidad en tiempos de escases (escases producida por no pagar el recibo de luz, la cual hace que la bomba funcione y pueda llevarles a casa el servicio).

El 80% de la comunidad cuenta con el sistema de alcantarillado ya que eliminan sus excretas en escusados, mientras que el resto lo hace en letrinas y/o fosa séptica.

La eliminación de la basura lo hacen atreves de un camión recolector que es enviado por parte del municipio de Quiroga.

Existen algunas Instancias y establecimientos de salud como consultorios privados, una clínica y parteras capacitadas. Por su parte, la comunidad tiene sus curanderas y curanderos tradicionales, los cuales son muy concurridos por personas que buscan una alternativa natural.

Energía.- El 95% de la comunidad cuentan con el servicio de energía y el resto no, debido a que son casas nuevas o porque no habitan las casas en ese momento.

Gobernanza.- Debido a su condición de comunidad indígena, Santa Fé, ha tenido apoyo durante varios años del gobierno federal y estatal. Por el momento no tiene ningún plan de desarrollo aunque, es probable que lo contemplen en proyectos futuros debido a la Ruta Don Vasco que busca incrementar la afluencia turística en el estado.

Comunidad receptora.- Santa Fé se dedica principalmente a la elaboración de la alfarería, al comercio de artesanías (en ferias de diferentes estados) y productos de consumo como el abarrotes, la agricultura y la pesca. En los últimos años se ha optado por la prestación de servicios turísticos siendo los más rentables: el comercio, la elaboración de artesanías y el turismo. Los involucrados en el turismo son prestadores de servicios que no tienen la documentación necesaria o permisos de funcionamiento.

Una de las características de esta comunidad es, que cualquier actividad que se quiera realizar dentro de ella tendrá que ser aprobada por el Consejo Comunal que, es donde participa la comunidad en su totalidad además de las fiestas patronales.

Es muy importante mencionar las destrezas de la comunidad hacia el turismo que son principalmente la cocina. Esta actividad ha llevado a las mujeres a participar en distintos concursos de comida tradicional obteniendo así varios reconocimientos. Cabe mencionar que en cuanto a conocimientos administrativos y contables de un total de 70 personas solo 20 tienen una idea o han recibido alguna capacitación y solo 11 han recibido capacitación como guías de turistas, pero de estas personas solo 2 tienen la experiencia.

Caracterización de la Demanda (Ficha 2)

De acuerdo al diagnóstico realizado para Santa Fe, sí existe una demanda turística pero, no muy amplia, por ejemplo: el número de visitantes promedio de lunes a viernes es de 10 personas al día, los días sábados y domingos de 15 personas aproximadamente. Los “semaneros” (encargados del hospital), manifiestan que, en días feriados aumenta un poco las visitas.

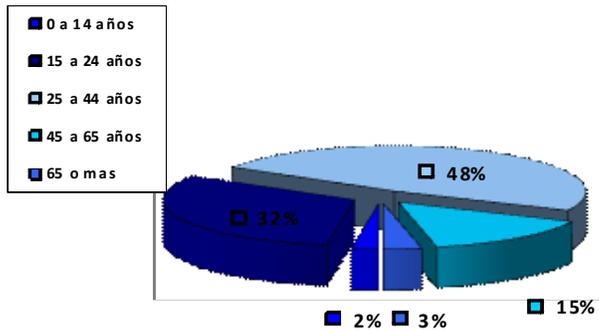
La frecuencia de la demanda que posee la comunidad se puede decir que es Estacional (sólo por temporadas) y/o esporádica. Es común que el turista viaje de forma independiente durante todo el año o de forma organizada por medio de paquetes especialmente para la noche de muertos.

El tipo de demanda que posee la comunidad con respecto a su origen es básicamente regional, aunque existe la demanda internacional. En cuanto al tipo de demanda respecto al tiempo de estadía es excursionista teniendo un gasto promedio de \$150.00, mientras que el turista tiene un gasto promedio de \$600.00 diarios aproximadamente, manifestando que el motivo de su visita es para conocer el Hospital Pueblo, su gastronomía y las costumbres y tradiciones de la comunidad.

Los servicios turísticos que consumen los turistas son: alojamiento, restaurantes (cocinas tradicionales) y los kioscos de comida.

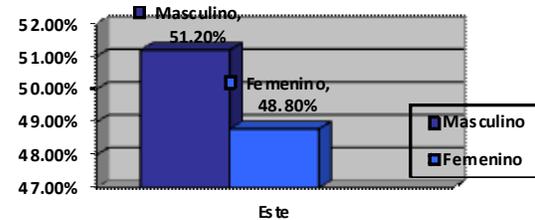
Perfil del turista que visita la región del lago de Pátzcuaro principalmente durante la noche de muertos, esta información fue obtenida del PERFITUR 2008.

Grafica 1. Rango de edad del turista que visito la región de Pátzcuaro durante la noche de muertos



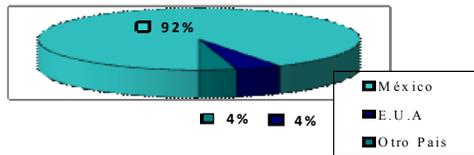
La edad promedio del turista que visita la región del lago de Pátzcuaro es de 25 a 44 años con un 48.1%

Grafica 2. Genero del turista.



De acuerdo con el PERFITUR, el género masculino es el que visita mas la región del lago de Pátzcuaro con un 51.2%.

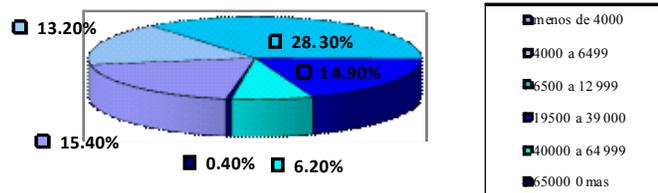
Grafica 3. Procedencia del turista.



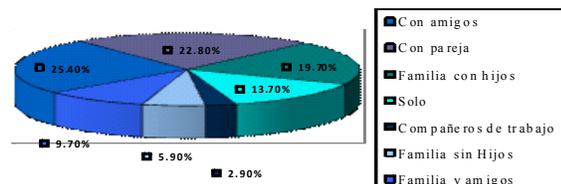
Procedencia del turista.- turismo nacional con el 91.7% y el resto internacional.

Grafica 4. Ingreso mensual de los turistas mexicanos que visitaron la región del lago de Pátzcuaro

Ingreso mensual del turista mexicano en pesos es de 6,500 a 12,999 con un 28.3% seguido de personas con ingresos que va de 13,000 a 19,499.



Grafica 5. Acompañantes del turista

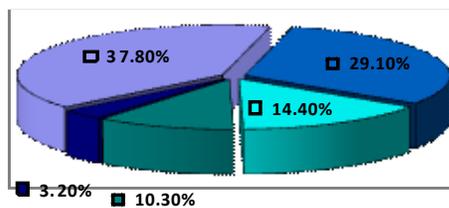
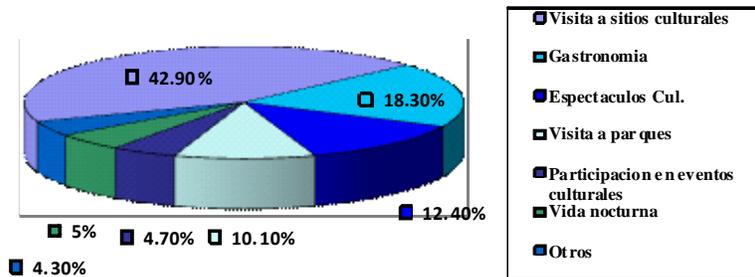


El turista que visita esta región por lo general no viaja solo, lo hace acompañado de amigos, pareja, familia e hijos o con compañeros de trabajo o estudio.

Grafica 6. Actividades a realizar.

Actividades a realizar.- los turistas tienen como principal actividad visitar los sitios culturales de la región, disfrutar de las actividades gastronómicas y de espectáculos culturales.

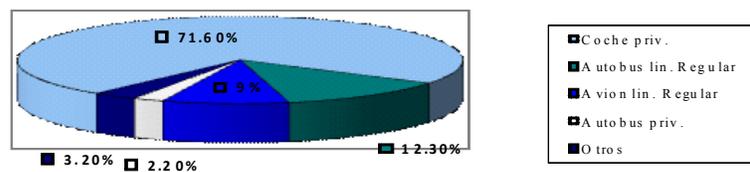
Grafica 7. Principales compras realizadas por el turista.



Compras realizadas.- el 37.8% de los turistas adquieren artesanías michoacanas, el 29.1% compra recuerdos mientras el resto gasta en comida para llevar, (dulces, pan etc.) ropa o muebles.

Grafica 8. Medio de transporte utilizado.

Por lo general en medio de transporte más utilizado por los turistas es el coche particular con un 71.6% seguido del autobús de línea regular con un 12.3% el resto utiliza avión de línea regular, autobuses privados o alquilan coches.



2.- ANÁLISIS FODA O MATRIZ DOFA

Para identificar las principales oportunidades y limitaciones para el desarrollo, tanto de los elementos del sistema turístico, como de los aspectos sociales, económicos, políticos y ambientales externos al sistema una de las herramientas más comunes es el análisis FODA.

ANÁLISIS FODA DE SANTA FÉ DE LA LAGUNA

Análisis Interno	
Fortalezas	Debilidades
<p>1.- Riqueza en patrimonio cultural. Sin lugar a dudas puede afirmarse que la principal fortaleza de la comunidad la constituye el patrimonio cultural tangible e intangible que posee. La riqueza de la cultura purépecha se conserva no solo en edificios y plazas coloniales, así como arquitectura vernácula, sino que está viva en tradiciones, fiestas, danzas y artesanías.</p> <p>2.- Principales vías de comunicación terrestre en buen estado. La población se encuentra ubicado sobre la carretera federal n°15 por ello hay una buena accesibilidad terrestre (rutas y transporte).</p> <p>3.-Santa Fé está considerado dentro del de la Ruta Don Vasco como principal atractivo, complementándose con un importante patrimonio cultural tangible e intangible.</p> <p>4.-Hospitalidad de los habitantes. La amabilidad, la hospitalidad de la gente y la percepción de tranquilidad en sus comunidades, son aspectos al parecer "invisibles", que permiten que los visitantes regresen a esos lugares y les guarde "fidelidad".</p>	<p>1.- Escasa capacitación de los prestadores de servicios, incluyendo la atención de los turistas, preparación de alimentos, guías certificados y el manejo del idioma distinto al español. Esta situación limita la capacidad para atender segmentos importantes como el turismo extranjero y el de mayores ingresos.</p> <p>2.- Infraestructura limitada, No existen bancos, cajeros automáticos, carece de señalización turística y vial para informar de los principales atractivos de la comunidad y sus vías de acceso, lo cual dificulta al turista su visita.</p> <p>3.- Falta de planificación turística y de promoción. Santa Fé no tiene un posicionamiento en el mercado como Pátzcuaro y Janitzio, por ello, posee un Turismo discontinuo que se concentra únicamente en noche de muertos.</p> <p>4.- Poca o casi nula presencias de pequeñas empresas turísticas, pues solo se han conformado cocinas tradicionales y hostales sumando un total de 11 empresas turísticas.</p>

Análisis Externo	
Oportunidades	Amenazas
<p>1.-Crecimiento del segmento de turismo cultural. A escala nacional, el segmento cultural presenta un mayor crecimiento, siendo este la oferta que presenta Santa Fe la cual permite al turista interactuar con los herederos de la cultura viva purépecha.</p> <p>2.- Trabajar en conjunto con los tres niveles de gobierno para acrecentar el flujo turístico, promocionando las actividades más importantes y distintivas de santa fe para posicionar y colocar a la comunidad como un lugar favorito para los turistas y después conseguir el nombramiento de pueblo mágico.</p> <p>3.- Conseguir apoyos económicos por parte de gobierno del estado para infraestructura.</p> <p>4.- La creación de nuevos empleos tanto directos como indirectos.</p>	<p>1.- Perdida de identidad cultural. Siendo esta una de las principales fortalezas de los proyectos turísticos de la región como es la ruta don vasco, existe la amenaza de que este se pierda por la introducción de nuevas costumbres. Aunque este proceso de aculturación es irreversible, es necesario que el desarrollo turístico en la comunidad permita la revaloración y conservación de la cultura purépecha.</p> <p>2.- Cambios de uso del suelo e imagen rural. Prácticamente todas las localidades que forman parte de la ruta don vasco presentan la aparición de construcciones nuevas cuya arquitectura rompe con la imagen rural tradicional. Si bien para muchos de los habitantes el construir con materiales como el concreto y el aluminio es símbolo de una situación económica distinta, estos cambios afectan directamente e irreversiblemente a una de las principales fortalezas de la comunidad que es su imagen rural tradicional. Debido a la carencia de reglamentos de imagen rural y planes de desarrollo rural en la mayor parte de las localidades.</p> <p>3.- Competencia muy agresiva de Pátzcuaro y Janitzio (fuertes campañas publicitarias).</p> <p>4.- Inseguridad pública. La situación actual en materia de inseguridad, si bien se extiende por todo el país, inhibe al turismo y tiene efectos en el momento.</p>

3.- ESTRATEGIAS

Estrategias De Infraestructura.

Impulsar el mejoramiento de la infraestructura y la señalización vial y turística para facilitar el flujo y acceso de visitantes a la comunidad y comunidades aledañas para mejorar la competitividad de la oferta turística de la misma, propiciando que el turista disfrute del entorno cultura y conozca los procesos productivos de la creación artesanal e interactúen con los artesanos, músicos, danzantes y la cocina tradicional.

Para ubicar e identificar los elementos históricos y culturales se deberán establecer en los edificios distintivos placas con información relativa a las características, sucesos y aspectos relevantes en los principales edificios e inmuebles de la comunidad.

No queda de mas hacer mención que Santa Fé no cuenta con infraestructura adecuada para discapacitados como por ejemplo rampas que faciliten el acceso a sillas de ruedas y para esto se deberá adaptar el entorno turístico para satisfacer esta necesidad.

Por otro lado, como no existe interés de la iniciativa privada para poner al menos un cajero automático en la comunidad (un servicio necesario principalmente para los visitantes), la única opción sería dotar a las microempresas de terminales para que el turista pueda hacer uso de sus tarjetas y no tengan que viajar hasta Quiroga para hacer algún retiro de efectivo. Además se propone la construcción de un mercado de artesanías en la comunidad a fin de fomentar el turismo en Santa Fé.

Estrategia De Patrimonio Histórico E Imagen Rural.

Consiste en la conservación de la imagen rural de la población que constituye el atractivo turístico principal, para lo que se requiere de diversas acciones para preservar la memoria histórica de la comunidad y mejorarla. Para ello se propone elaborar reglamentos de imagen rural y anuncios públicos a fin de mantener las características visuales arquitectónicas en toda la comunidad.

Mejoramiento de fachadas y definición de colores en los inmuebles; preservar el contexto rural implica resaltar el conjunto de medios construidos, por lo que se requiere que el conjunto de inmuebles tenga una imagen homogénea, además de que tenga mantenimiento adecuado para prevenir su deterioro. Dentro de este mantenimiento de los inmuebles la pintura se considera básica, los colores deben ser acordes a los utilizados en el contexto cromático, el cual se compone de fachadas blancos con guarda polvos en color rojo.

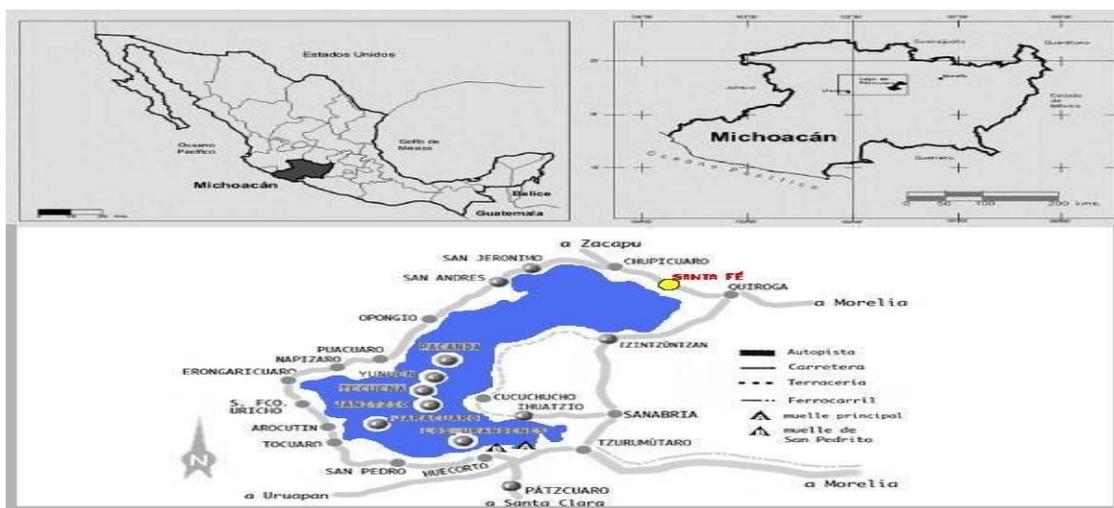
Estrategias De Capacitación.

A fin de contar con una población calificada para atender las necesidades derivadas del turismo, se propone la construcción de centros de capacitación para el trabajo o que se llevan a cabo cursos en la comunidad principalmente en las áreas de administración, turismo, computación e inglés, que les permita a los microempresarios de la comunidad competir con las comunidades con mayor afluencia turística, además de darle la oportunidad de dirigirse al turista internacional que es el poseedor de mayores recursos económicos.

Estrategias de Promoción Turística en internet.

Es importante destacar el progreso y desarrollo imparable de las tecnologías de la información y de la comunicación, en este caso se hace alusión a Internet, que ha afectado de forma radical al sector turístico, no solo por la imposición de nuevos canales de distribución sino también por la forma de acceder a la información y acceso a diversos destinos turísticos desde cualquier punto del mundo.

Si se ofrece un sitio Web de calidad para Santa Fé de la Laguna se podría promocionar con mayor facilidad este destino, ya que desde el punto de vista del consumidor turístico, “una imagen representa más que mil palabras”. Por otro lado, Internet es una ventana abierta las 24h que debe servir para lograr la vinculación de Santa Fé con usuarios de todo el mundo.



RECOMENDACIONES

Recomendaciones para la comunidad.

- Crear una página de internet de la comunidad para subir información relevante sobre la misma como: el programa de actividades anual, su entorno turístico, ubicación, etc.
- Hacer la apertura de un museo dentro del hospital conocido como “Urixeo” en el que se expongan las pertenencias de Don Vasco.
- Iniciar con la promoción turística para acrecentar el flujo turístico y así lograr la identificación y/o diferenciación de Santa Fé de la laguna como lugar turístico
- Ayudar en la conservación del patrimonio natural y cultural: si los turistas muestran interés por visitar nuestra comunidad, se debería utilizar los ingresos recibidos en la rehabilitación y protección de esos recursos. Curiosamente, la riqueza cultural de un

lugar es menospreciado por los pobladores hasta que los visitantes comienzan a mostrar su interés es entonces cuando los propietarios empiezan a apreciarlos. De igual manera puede ocurrir con las tradiciones culturales que están a punto de perderse e incluso con las artesanías y la gastronomía.

- Integrar a miembros de la comunidad como guías de turistas, para que les brinden al turista información básica sobre los usos y costumbres de la comunidad de Santa Fé durante su estancia.
- Que el consejo comunal nombre un organismo o una comisión encargada de atender el turismo. Este organismo tendrá como funciones las siguientes:
 - 1.- Mantener una relación muy estrecha con la secretaria de turismo (Sector) estatal y la comunidad de Santa Fé.
 - 2.-Elaborar el programa de festividades y/o actividades que se llevaran a cabo en la comunidad de Santa Fé durante el año, para que se puedan promocionar con anticipación y aumentar la afluencia turística de la comunidad.
 - 3.- Informar a la comunidad sobre los proyectos que se llevaran a cabo durante el año.
 - 4.- Edición de material promocional (Guía de servicios turísticos de Santa Fé).

Recomendaciones para la SECTUR.

- Incluir a miembros de la comunidad dentro de las actividades de desarrollo turístico de Santa Fé.
- Elaborar conjuntamente con los habitantes de la comunidad, planes y/o programas de desarrollo turístico cultural para Santa Fé de la Laguna tomando en cuenta sus necesidades.
- Informar y Capacitar a los miembros de la comunidad sobre los planes de desarrollo turístico y sus objetivos a alcanzar.
- Impulsar el turismo cultural de la comunidad pero, bajo un concepto amplio que incluya a todos los sectores sociales e involucre a las comunidades como beneficiarias de la derrama económica.
- Hacer un manejo adecuado de nuestro patrimonio donde hay expresión de cultura se debe generar un turismo ordenado, sustentable y sin riesgos para el patrimonio por ello se debe hacer una determinación de cargas para saber cuánta gente pueden captar en condiciones de seguridad para la comunidad.

Recomendaciones para el turista.

- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales, arquitectónicos, sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.
- Trate de contribuir con su presencia al desarrollo de un turismo responsable y sostenible.
- Al comprar regalos y recuerdos, elija productos que sean expresión de la cultura local. Esto Favorecerá la economía de los pueblos que le acogen y la diversidad cultural.
- En su destino disfrute conociendo la cultura, costumbres, gastronomía y tradiciones de las poblaciones locales. Respételas y acérquese a ellas, tienen mucho que contarle.

CONCLUSIÓN

Una vez realizado el diagnóstico turístico nos damos cuenta de que Santa Fé cuenta con el elemento más importante y necesario para que se pueda llevar a cabo la actividad turística, la riqueza cultural; no obstante, le hacen falta algunos detalles en cuanto a infraestructura que le permitirán brindar un mejor servicio al turista, como placas con información relativa sobre características, sucesos y aspectos relevantes en los edificios principales o sitios turísticos. Santa Fé cuenta con una gran riqueza cultural y gastronómica que implica una ventaja competitiva de gran importancia y que es apreciada y valorada por el turista que mira con los ojos del “otro” y que en ocasiones, es el propio “p’urhe” quien no lo valora.

Ciertamente no se puede ofrecer con amor lo que uno no ama, por eso es muy significativa la integración de miembros de la comunidad como guías de turistas para que le brinden información básica al turista sobre los usos y costumbres de la comunidad compartiendo con ellos nuestro modo de vida, música, danza, la lengua y todo esto con un toque mágico y hospitalario que solo Santa Fé puede ofrecer. Manteniendo el orden, suprimiendo la des-información o la información errada, fomentando al mismo tiempo respeto hacia los usos y costumbres de las comunidades indígenas.

El turismo es una actividad económica generadora de nuevas oportunidades de empleo por ello, sería muy conveniente que se trabajara en conjunto, gobierno-comunidad para elaborar planes y programas de desarrollo turístico que ayuden a reforzar su identidad, ya que el turismo en masa puede llevar a la pérdida de esencia de la comunidad receptora. Santa Fé se encuentra contemplada dentro de la “Ruta don Vasco”, por lo cual no sale sobrando resaltar la importancia de la comunicación entre estos dos elementos para capacitar a la comunidad con el objetivo de brindar un excelente servicio al turista, asegurando su regreso. Salvaguardando el futuro de cualquier proyecto de desarrollo

turístico que tenga contemplado la SECTUR que puede ser afectado por esta falta de comunicación.

Por las características de la comunidad es, un lugar muy celoso de su cultura y, si se sienten amenazados, ellos defenderán su territorio de cualquier forma posible, esta ideología incluso está plasmada en la bandera p'urhépecha.

BIBLIOGRAFÍA

CASTILLO MUNGUÍA, Juan Carlos; GARCÍA MORENO, Sergio Antonio; SERRATO GARCÍA, Marco Antonio; TELLO CONTRERAS, Juan. (2008). *PERFITUR 2008, perfil del turista que visita el estado de Michoacán*. Editorial del tecnológico de Monterrey.

DIAZ REBOLLEDO, José Ángel; SERRATO GARCÍA, Marco Antonio; TELLO CONTRERAS, Juan. (2007). *PERFITUR 2007, perfil del turista que visita el estado de Michoacán*. Editorial del tecnológico de Monterrey.

DIAZ REBOLLEDO, José Ángel; SERRATO GARCÍA, Marco Antonio; TELLO CONTRERAS, Juan. (2006). *PERFITUR 2006, perfil del turista que visita el estado de Michoacán*. Editorial del tecnológico de Monterrey.

GORTAIRE ITURRALDE, Alfonso. (1999). *Santa Fe, Presencia etnológica de un pueblo-hospital*. Editorial ABYA-YALA.

REYES PONCE, Agustín. (2004) *Administración moderna*. Editorial Limusa Noriega Editores.

Ricaurte, Q. & Carla V. (2009). *Manual para el diagnóstico turístico local*. *Escuela Superior Politécnica del Litoral*. Recuperado el 15 de febrero del 2001 en <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/8300>.

Pável Uliánov, Guzmán Macario. (2011, 13 de marzo). *Historia prehispánica de Santa Fe de la Laguna Uayameo*. Recuperado el 16 de marzo del 2011 en <http://www.purhepecha.com.mx/gsearch.php?sitesearch=www.purhepecha.com.mx&cof=FORID%3A9&ie=ISO-8859-1&q=santa+fe+de+la+laguna&sa..>

Gobierno del estado. Fitur (2011). *Ruta don vasco Michoacán*. Michoacán. Recuperado el 19 de marzo del 2011 en <http://www.rutadonvasco.com.mx>.

Gobierno federal. (2007). *Plan nacional de desarrollo 2007-2012*. México. Recuperado el 1 de febrero del 2011 en <http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/economia-competitiva-y-generadora-de-empleos/turismo.html>

DESEMPEÑO DE LAS MICROEMPRESAS DE CIUDAD DEL CARMEN, CAMPECHE

Ruby A. González Ascencio ruby1gonzalez@yahoo.com.mx
Universidad Autónoma del Carmen

Gloria Hernández Reyes ghernandez@pampano.unacar.mx
Universidad Autónoma del Carmen

Luis Héctor Rodríguez Vega malhrv@yahoo.com.mx
Universidad Autónoma del Carmen

Resumen:

Las microempresas son de gran interés para la economía de un país, debido a su gran potencial como generadoras de empleo, promotoras de avances en el entorno local y su flexibilidad para convertirse en un importante complemento del trabajo de la gran empresa. El presente trabajo presenta los resultados obtenidos en el proyecto de investigación sobre el Desempeño de las microempresas de Ciudad del Carmen, Campeche, en las áreas de Mercadotecnia, Contabilidad y Finanzas, Responsabilidad Social y Sistemas Administrativos. El estudio que se llevó a cabo es de tipo descriptivo. La muestra fue de 316 microempresas. Los resultados obtenidos en cuanto a la antigüedad, se encontró que el mayor número de empresas (129) se encuentra en el rango entre 3 y 10 años, 34 con 5 años; sobresalen 14 empresas con 20 años. Las microempresas en promedio obtuvieron una calificación de 5.82. Las funciones que tienen mejor desempeño con una calificación arriba de 6 son mercadotecnia y, contabilidad y finanzas. El promedio de desempeño de las microempresas por giro en forma global no supera los 6 puntos de calificación, pero el de servicios obtiene 6.12, en tanto que las empresas de giro comercial y producción en promedio obtuvieron un puntaje de 5.72 y 4.22 respectivamente.

Palabras clave: Desempeño, Microempresas, Ciudad del Carmen

Abstract

Micro-enterprises are of the greatest interest to the economy of a country, due to their great potential as job providers, development promoters in the local environment, and their flexibility to become an important complement for a higher enterprise. This paper presents the obtained results from the research done about Micro-enterprises Performance in Cd. del Carmen, Campeche, in the areas of Marketing, Accounting and Finances, Social Responsibility, and Management Systems. This research was carried out on a sample of 316 micro-enterprises, and the study is descriptive. The findings about the enterprises age show that a higher number of 129 enterprises range from 3 to 10 years old, thirty enterprises with 5 years old, and an outstanding number of 20 enterprises with 20 years old. The enterprises as a whole obtained a 5.82 grades. Marketing and accounting and Finances are the enterprises aspects that have a higher performance, with a 6 grade marks. The micro-enterprises performance average based on their business matter was not higher than 6

grade marks as a whole, but their services obtained 6.12 grade marks, while the commercial and production enterprises obtained 5.72 and 4.22 grade marks, respectively.

Key words: Performance, Micro-enterprises, Cd. del Carmen.

INTRODUCCION

Las micro, pequeñas y medianas empresas son el motor económico de los países latinoamericanos al ocupar hasta un 99% de su planta productiva. Desde el punto de vista individual un pequeño negocio puede parecer insignificante, pero en su tamaño de conjunto es realmente grande, no solo en cifras sino por su contribución a la economía. Los cambios emergentes a través de los siglos, los procesos de estructuración de los organismos han evolucionado en nuestro tiempo y el distanciamiento del hombre con la naturaleza tan propia de nuestros tiempos modernos, ha hecho que la actitud de cada empresario cambie a una actitud o mentalidad más abierta al futuro y se encamine hacia la razón de existir de cada organismo social. Es necesario comprender que una microempresa es una empresa que por ser pequeña puede tener sus deficiencias pero que son viables para superarse.

El presente trabajo se realiza con la finalidad de dar a conocer los resultados obtenidos del proyecto de investigación sobre el “Desempeño de las mipymes de Ciudad del Carmen, Campeche” durante el año 2010, en las áreas de Mercadotecnia, Recursos humanos, Contabilidad y Finanzas, Responsabilidad Social y Sistemas Administrativos. Primeramente se analizan los resultados por antigüedad, seguidamente por giro y finalmente se describen los hallazgos en cada una de las áreas ya mencionadas.

Los resultados que se describen corresponden exclusivamente a las microempresas.

1. MARCO CONCEPTUAL

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) son el motor económico de los países latinoamericanos al ocupar hasta un 99% de su planta productiva. Esto ha tomado auge y captado la atención del sector académico, de investigación y gubernamental, en los últimos veinticinco años. Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) son de gran interés para la economía de un país, debido a su gran potencial como generadoras de empleo, promotoras de avances en el entorno local y su flexibilidad para convertirse en un importante complemento del trabajo de la gran empresa, Aguilar, P. (2009).

La pequeña y mediana empresa, aparece como un potencial elemento dinamizador de la economía en la medida en que en comparación con la microempresa, genera empleo de mayor calidad, en cuanto a estabilidad e ingresos, utiliza mayor capital, cuenta con más infraestructura, tiene mayor potencial de integrarse en cadenas productivas debido a su mayor stock de capital y uso de tecnología y por lo tanto su productividad relativa es más alta, Zevallos, E. (2006). También encontramos esa división de esfuerzos para completar o complementar los procesos productivos mediante empresas integradoras entre varias MIPYMES.

En México, las MIPYMES constituyen el segmento más importante para conseguir el desarrollo del país; representan el 99.8 por ciento del total de las empresas; crean 7 de cada 10 empleos, y generan más de la mitad de la riqueza (52 por ciento del Producto Interno Bruto). El compromiso del Gobierno Federal es mejorar las condiciones para propiciar el desarrollo de su productividad, mediante estrategias de apoyo tanto a su viabilidad y

sustentabilidad, como al incremento de su participación en los mercados, dentro de un marco de encadenamientos productivos que generen mayor nivel del valor agregado nacional. A través de la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa, la Secretaría de Economía ha puesto en marcha programas de Financiamiento, Capacitación y Consultoría, Gestión e Innovación, Comercialización y Desarrollo Tecnológico para generar MIPYMES más competitivas, más modernas y más dinámicas en el mercado nacional.(www.Contactopyme.gob-mx).

De acuerdo con los Censos Económicos 2009, llevado a cabo por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) el total de unidades existentes en México en ese año fue de 5 144 056 y el personal ocupado es de 27 727 406. Estos Censos Económicos 2009 registraron que las unidades económicas más pequeñas medidas a partir del personal ocupado total (de 0 a 10 personas) representaron el 95.0% del total de unidades económicas captadas, con un 41.8% del personal ocupado, sin embargo, este grupo de unidades económicas concentró el porcentaje de producción bruta total más bajo, con 8.3% del total. Las unidades económicas que ocuparon de 11 a 50 personas representan el 4.0% del total de las unidades económicas y con un 15.3% del personal ocupado, así como el 9.0% de la producción bruta total. Las que ocuparon el entre 51 a 250 personas, representan el .08% del total de las unidades económicas, el 15.9% del personal ocupado y el 17.4% de la producción bruta total. Podemos observar que hay un contraste con el grupo de unidades económicas que ocupó a más de 250 personas, ya que representa tan sólo el 0.2% del total de unidades económicas, pero concentra el 65.3% de la producción bruta total. Sin embargo sigue siendo este segmento de unidades económicas las generadoras del mayor número de empleos a nivel nacional.

Es importante reconocer el crecimiento de las empresas que según los datos reportados de INEGI, en los censos económicos del 2004 reportó 4,290,108 unidades económicas y con un total de 23, 197,214 del personal ocupado y en los últimos censos económicos del 2009 podemos observar un incremento, tanto en el número de unidades económica con 5,194,811 (21.1%) como en el personal ocupado con un total de 27,748,563 (19.6%). Sin embargo a pesar de que están creando nuevas empresas, al parecer no se están creando la cantidad de nuevos empleos que el país requiere para reducir el creciente desempleo (tasa de desocupación abierta 2008: 3.97%, 2009: 5.47% y agosto 2010; 5.44%). También podemos observar, que el estrato de empresas que está creciendo, son la mayoría microempresas y este tipo de empresas, como es bien sabido emplean menos de 10 personas.

Sin embargo, las pequeñas y medianas empresas son el principal generador de empleos, el mejor distribuidor de ingresos entre la población y entre las regiones; además de que permiten que las grandes empresas existan, se convierten en un factor central para la cohesión social y la movilidad económica de las personas y en la posibilidad de aprovechamiento y difusión de conocimientos productivos provenientes de empresas tecnológicamente más desarrolladas. Por ello, es imprescindible alentar la formación de esas empresas en México (Padilla 2008).

Si bien las micro, pequeñas y medianas empresas son fundamentales para el crecimiento de la economía, habría que pensar si efectivamente se está avanzando por la senda de su desarrollo y consolidación de términos de unidades económicas eficientes. Los resultados sugieren un deterioro de la participación de las manufacturas y un papel creciente del sector servicios, mismo que está operando con base en ocupaciones que se caracterizan por la

precariedad de sus condiciones, como el personal no remunerado. Aún cuando la manufactura tiene una disminución importante en las unidades económicas, no deja de ser una fuente importante de generación de empleos y desarrollo para las localidades a nivel regional.

2. METODOLOGIA EMPLEADA

Se llevó a cabo una investigación para conocer el nivel de cumplimiento de las MICROEMPRESAS en las siguientes áreas:

- Sistemas administrativos
- Responsabilidad Social
- Mercadotecnia
- Contabilidad y finanzas

El estudio fue realizado en el período de enero-junio de 2010. Se tomó la clasificación de las Mipymes de la estratificación que reporta el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) de la siguiente forma:

Estratificación de la unidades económicas	
Tamaño	Rango de número de trabajadores
Micro	De 1 a 10
Pequeña	Desde 11 hasta 50
Mediana	Desde 51 hasta 250

Gráfica 1. Clasificación de las empresas. Fuente: (INEGI)

Se encuestaron 316 microempresas, todas ubicadas en la ciudad del Carmen, del estado de Campeche y Municipio del Carmen. Para la aplicación de las encuestas a las distintas empresas se necesitó del apoyo de los alumnos del 3º, 4º, y 9º semestre, de la carrera de L.A.E., MERCADOTECNIA Y CONTABILIDAD de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas.

Para el tamaño de la muestra se consideró encuestar como meta 500 micros, pequeñas y medianas empresas, del total de 1,494 MIPYMES que reportaba el SIEM, sin embargo por la apatía y desconfianza que los empresarios tienen hacia este tipo de estudios, muchos de ellos se resisten a proporcionar la información requerida. Por este motivo no se determinó estadísticamente el tamaño de la muestra, fue por conveniencia del estudio.

2.1 TIPO DE ESTUDIO

El tipo de estudio que se consideró fue de una investigación de tipo descriptivo, porque en primer lugar no hay estudios elaborados sobre las áreas funcionales de las MIPYMES y segundo se inició revisando la base de datos existente en el SIEM e INEGI, así como la base de datos de CANACO-SERVYTUR, en ciudad del Carmen, Campeche, para determinar una muestra a conveniencia que nos permita determinar el desempeño de la MICROEMPRESAS en las áreas de Sistemas Administrativos, Mercadotecnia, Contabilidad y Finanzas y, Responsabilidad Social. También se podría considerar un tipo de estudio por cuota estratificada y cuantitativo, porque al no establecerse una muestra se le encargó a los encuestadores una cuota que cumplir por la dificultad que representa que los empresarios de esta ciudad le proporcionen la información necesaria para esta investigación; por otro lado los datos recabados son interpretados en porcentajes.

La técnica empleada para la recolección de datos fue aplicación de cuestionarios

Para el análisis y la evaluación de la información se recurrió a la conformación de un índice con los ítems individuales que indagan sobre las siguientes funciones sustantivas de una empresa: Sistemas Administrativos, Mercadotecnia, **Responsabilidad Social** y, Contabilidad y finanzas. El índice se construyó asignando valores a cada una de las respuesta dentro de la escala 0 (nunca) y 3 (siempre) según el encuestado reportará la frecuencia de la de cada una de las prácticas analizadas. Se obtuvieron valores medios de cumplimiento para cada empresa y se estableció un porcentaje de cumplimiento para cada uno de los aspectos administrativos analizadas para facilitar su presentación y comparación.

3. ANALISIS DE RESULTADOS

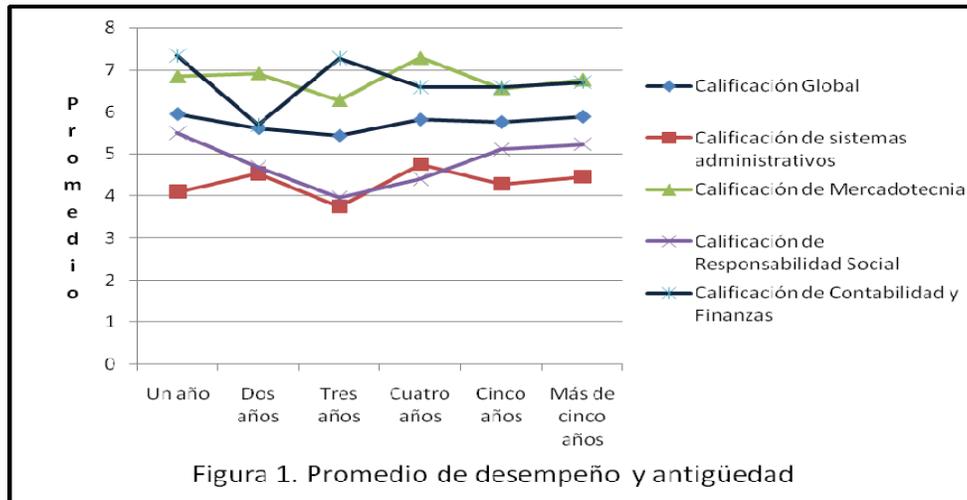
3.1 ANTIGÜEDAD DE LAS MICROEMPRESAS

En la relación de antigüedad y desempeño global no se encontraron diferencias significativas, sin embargo se encontraron diferencias significativas en relación con cada una las áreas evaluadas. Como se observa en el cuadro 1, todas las funciones administrativas evaluadas presentan cambios entre un año y otro de antigüedad. Quienes tienen incrementos muy marcados de más de un punto son: sistemas administrativos y mercadotecnia a los cuatro años de antigüedad, mientras que en contabilidad se marca a los tres años. No se encontró que exista relación significativa entre el desempeño y la antigüedad. Ver las tendencias en la figura 1.

Cuadro 1. Promedio de desempeño por antigüedad de las microempresas

Antigüedad en años	Calificación Global	Dif. calif. global	Calific. sist. Admvos.	Dif. Calif. Sist. Admv.	Calific. de Merc.	Dif. Calif. Merc.	Calif. Resp. Social	Dif. Calif. resp. soc.	Calific. de Contab y Finan	Dif. Calif. cy fin
Un	5.95		4.10		6.85		5.50		7.35	
Dos	5.62	-0.3	4.54	0.44	6.92	0.07	4.69	-0.8	5.69	-1.66
Tres	5.44	-0.2	3.75	-0.79	6.28	-0.64	3.96	-0.7	7.28	1.59

Cuatro	5.82	0.38	4.76	1.01	7.29	1.01	4.41	0.45	6.59	-0.69
Cinco	5.76	-0.1	4.29	-0.47	6.56	-0.73	5.12	0.71	6.59	0
Más de cinco	5.89	0.13	4.46	0.17	6.77	0.21	5.23	0.11	6.71	0.12



Fuente: Elaboración propia con la información proporcionada por los directivos

El mayor número de empresas (129) se encuentra en el rango entre 3 y 10 años de antigüedad, 34 microempresas con 5 años; sobresalen 14 empresas con una antigüedad de 20 años. Ver cuadro 2.

Cuadro 2. Antigüedad de las microempresas

años	empresas	Porcentaje
0	1	0.3
0.1	1	0.3
0.2	1	0.3
0.5	4	1.3
0.8	1	0.3
0.8	1	0.3
1	11	3.5
1.5	1	0.3
1.6	1	0.3
2	11	3.5
2.6	1	0.3
2.8	2	0.6
3	22	7

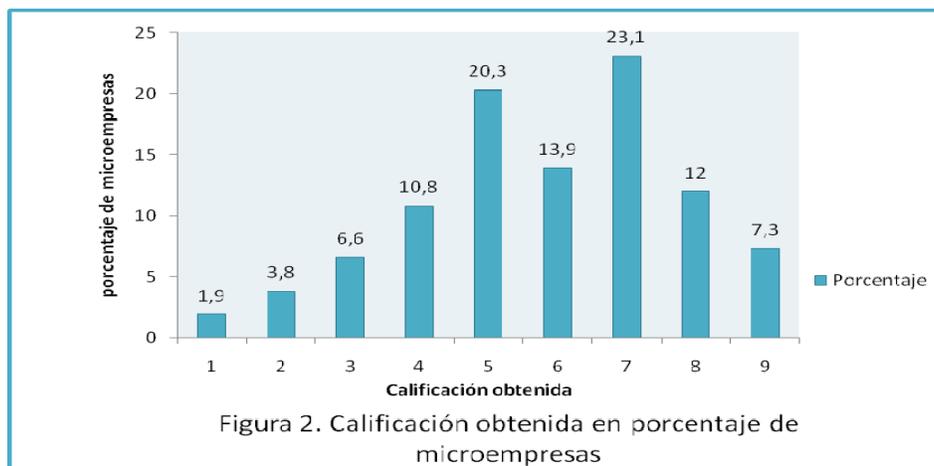
3.5	1	0.3
4	16	5.1
5	34	10.8
6	17	5.4
7	10	3.2
8	16	5.1
9	5	1.6
10	24	7.6
11	6	1.9
12	11	3.5
13	7	2.2
14	6	1.9
15	14	4.4
16	4	1.3
17	6	1.9
18	4	1.3
19	4	1.3
20	14	4.4
23	1	0.3
24	1	0.3
25	6	1.9
28	1	0.3
29	1	0.3
30	2	0.6
40	2	0.6
45	1	0.3
50	1	0.3
No contestaron	43	13.6
Total	316	100

3.2. DESEMPEÑO GENERAL DE LAS MICROEMPRESAS.

El cuadro 3, presenta los porcentajes de microempresas y la calificación de su desempeño en una escala de 1 a 10. El porcentaje de las empresas que obtuvieron la calificación de 9 sólo fueron el 7.3 % que equivale a 23 empresas de las 315 que contestaron. Sólo el 1.9 % de las empresas obtuvieron una calificación de 1, y representa a 6 empresas. Ver figura 2.

Cuadro3. Calificación global por porcentaje de empresas

calificación de desempeño	número de empresas	porcentaje
		e
1	6	1.9
2	12	3.8
3	21	6.6
4	34	10.8
5	64	20.3
6	44	13.9
7	73	23.1
8	38	12
9	23	7.3
Total	315	99.7
System	1	0.3
	316	100



Fuente: Elaboración propia con la información proporcionada por los directivos

Las microempresas obtuvieron una calificación de 5.82, esto significa que todas las funciones y actividades que deben realizar solo las llevan a cabo en menos de la mitad, este tipo de empresas no llegan a superar la calificación de 6, sin embargo, las funciones que tienen mejor desempeño con una calificación arriba de 6 son mercadotecnia y, contabilidad y finanzas. Esto sucede a menudo con este tipo de empresas, porque le prestan más atención a las actividades y funciones de generación y control de sus ingresos, pero si quieren sobrevivir y crecer, deberán ponerle más atención a las demás funciones sustantivas de su negocio. Ver cuadro 4 y figura 3.

Cuadro 4. Calificación global y por funciones

		Calificación Global	Calificación de sistemas administrativos	Calificación de Mercadotecnia	Calificación de Responsabilidad Social	Calificación de Contabilidad y Finanzas
N	Valid	315	313	315	315	315
	Missin	1	3	1	1	1
Mean		5.8254	4.3706	6.7079	5.0286	6.7873

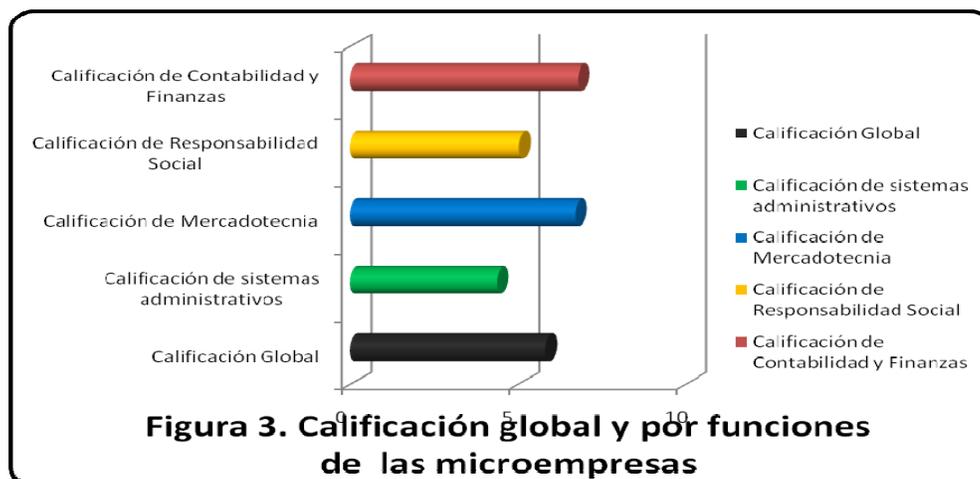


Figura 3. Calificación global y por funciones de las microempresas

Fuente: Elaboración propia con la información proporcionada por los directivos

3.2 DESEMPEÑO POR GIRO

El promedio de desempeño de las microempresas por giro en forma global no supera los 6 puntos de calificación, pero el de servicios obtiene 6.12, en tanto que las empresas de giro comercial y producción en promedio obtuvieron un puntaje de 5.72 y 4.22 respectivamente; sin embargo se distingue la de tipo industrial con 9 puntos, aunque no es representativo este dato, porque es sólo una microempresa en este giro. Hay que aclarar como se ve en el cuadro 5, que el giro industrial y producción corresponden al mismo rubro, por lo tanto si promediamos ambos giros se obtendría un promedio de 6.61.

Cuadro 5. Cumplimiento de las mipymes por giro

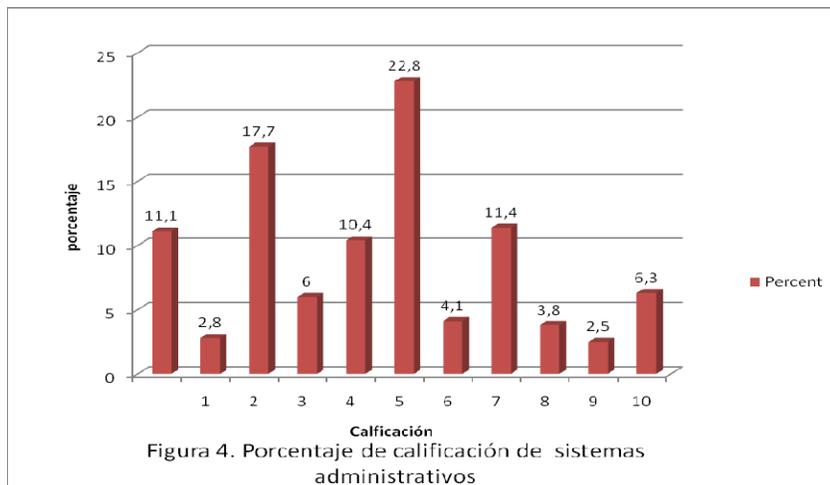
Giro de la empresa		Cumplimiento de las funciones de los Sistemas Administrativos	Cumplimiento de las funciones de Mercadotecnia	Cumplimiento de las funciones de Responsabilidad Social	Cumplimiento de las funciones de Contabilidad y Finanzas	Cumplimiento de todas las funciones
Servicios	Mean	4.9495	7.1212	5.2424	6.9293	6.1212
	N	99	99	99	99	99
	Std. Deviation	2.60052	1.96018	2.31275	2.48774	1.75704
Comercial	Mean	4.0960	6.5400	4.9900	6.7900	5.7250
	N	198	200	200	200	200
	Std. Deviation	2.79882	2.20059	2.46583	2.79912	1.97710
Producción	Mean	4.1111	5.5556	3.0000	4.3333	4.2222
	N	9	9	9	9	9
	Std. Deviation	3.44400	1.94365	2.17945	2.73861	1.71594
Industrial	Mean	7.0000	9.0000	8.0000	10.0000	9.0000
	N	1	1	1	1	1
	Std. Deviation
Total	Mean	4.3811	6.7055	5.0227	6.7735	5.8188
	N	307	309	309	309	309
	Std. Deviation	2.77501	2.13976	2.43276	2.72801	1.93049

3.3 DESEMPEÑO EN SISTEMAS ADMINISTRATIVOS

La cantidad de microempresas que desarrollan en su totalidad los sistemas administrativos son 20, y representan el 6.3% de las 313 encuestadas, mientras que 11.1% no llevan a cabo ninguna de las actividades de los sistemas administrativos,(35 empresas). Es comprensible que las microempresas no se preocupen por los sistemas administrativos, como tener organigrama, diagramas de procedimientos, manuales administrativos, etc., porque la mayoría cuenta con menos de 10 empleados, y en algunos casos sólo existe el dueño quien se encarga de todas las actividades propias del negocio. Ver cuadro 6 y figura 4.

Cuadro 6. Calificación de sistemas administrativos de las microempresas

calificación de desempeño	número de empresas	porcentaje
	35	11.1
1	9	2.8
2	56	17.7
3	19	6
4	33	10.4
5	72	22.8
6	13	4.1
7	36	11.4
8	12	3.8
9	8	2.5
10	20	6.3
Total	313	99.1
System	3	0.9
	316	100



Fuente: Elaboración propia con la información proporcionada por los directivos

3.4 DESEMPEÑO EN MERCADOTECNIA

De acuerdo con los resultados de la encuesta en el área de mercadotecnia las microempresas analizadas calificaron 6.7 en el cumplimiento del grupo de ítems que valúan la aplicación de herramientas de mercadotecnia. De acuerdo con la edad de las microempresas las que mejor calificaron en este grupo de variables fueron las que tienen una antigüedad de 4 años con una calificación de 7.2 en la aplicación de las herramientas, ver cuadro 1.

El 49% microempresas contestaron que cuentan con un plan de mercadotecnia. El 56% de ellas reportan conocer las necesidades reales de los clientes potenciales. El 75% dicen tener identificado sus principales competidores. También podemos notar que el mayor número de microempresas (75) se encuentran con la calificación de 8, y representan el 23.7%; podemos decir que 137 empresas tienen calificación entre 8 y 10, asimismo 178 empresas tienen calificación entre 7 y 1. Ver cuadro 7 y figura 7.

Cuadro 7. Calificación de Mercadotecnia		
calificación de desempeño	número de empresas	porcentaje
1	4	1.3
2	11	3.5
3	21	6.6
4	19	6
5	21	6.6
6	42	13.3
7	60	19
8	75	23.7
9	49	15.5
10	13	4.1
Total	315	99.7
System	1	0.3
	316	100

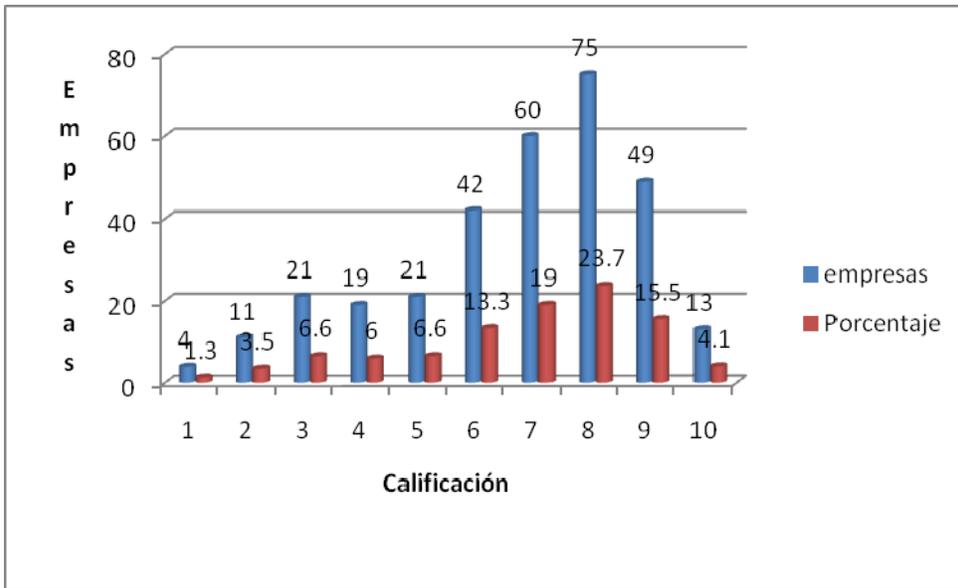


Figura 5. Desempeño en mercadotecnia. Fuente: Elaboración propia con la información proporcionada por los directivos

3.5 DESEMPEÑO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL

Como vimos en el cuadro 4 y figura 3, el área de responsabilidad social arroja promedio bajo y es normal que las micro no cuenten con la información necesaria para su operatividad, así como los recursos para adoptar los principios que establece. En el cuadro 7 y la figura 6, se aprecia que sólo 52 empresas obtuvieron calificación entre 8 y 10, las otras 263 restantes de las 315 que contestaron el cuestionario se encuentran entre la calificación 1 y 5. Es recomendable hacer mucho énfasis en esta área debido a que las pymes son las que mueven la economía del país y por el número que representan vale la pena crear programas para concientizarlas de las ventajas económicas que representan estas prácticas y las repercusiones que hay al no cuidar el impacto de sus operaciones en el medio ambiente.

Cuadro 8. Calificación de Responsabilidad Social

calificación de desempeño	número de empresas	porcentaje
0	9	2.8
1	29	9.2
2	16	5.1
3	23	7.3
4	45	14.2
5	55	17.4
6	43	13.6
7	43	13.6
8	33	10.4
9	14	4.4
10	5	1.6
Total	315	99.7
System	1	0.3
	316	100

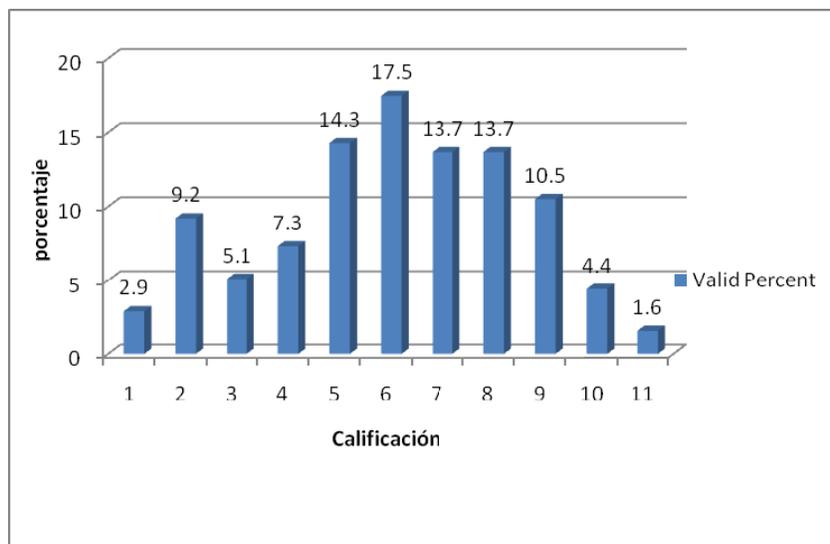


Figura 6. Desempeño en Responsabilidad Social. Fuente: Elaboración propia con la información proporcionada por los directivos

3.6 DESEMPEÑO EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

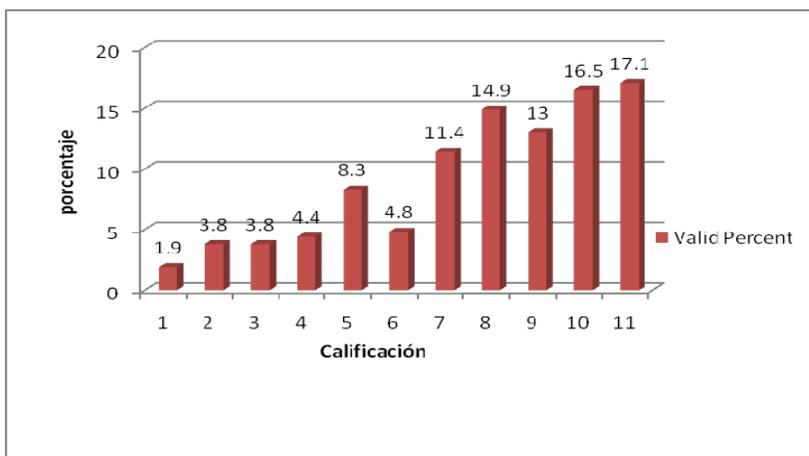


Figura 7. Desempeño en Contabilidad. Fuente: Elaboración propia con la información proporcionada por los directivos

En el análisis del área contabilidad y finanzas encontramos que al igual que el área de mercadotecnia también obtuvo una calificación superior a los 6 puntos como se observa en el cuadro 4, figura 3. Esto también se entiende porque las empresas en general le dan mayor importancia a sus recursos financieros, sin embargo hay mucho que hacer en este tipo de empresas, porque deben mejorar las funciones que le corresponde llevar a cabo, para ser más eficientes en el manejo y control de sus recursos financieros. El 17.1% obtuvieron un desempeño de 10, es decir que las actividades que debe realizar las lleva a cabo en su totalidad, y estas son 54 microempresas. La cantidad de microempresas mejor calificadas con puntuación de entre 7 y la máxima de 10, son 194, que representan el 61.5% del total encuestadas, ver cuadro 9. Según el cuadro 10, el 52% de las microempresas cuentan con información financiera, el 63% conoce los costos y gastos, el 44% está de acuerdo con las utilidades de su empresa y sólo el 46% elaboran sus presupuestos anualmente.

Cuadro 9. Calificación de Contabilidad y Finanzas

calificación de desempeño	número de empresas	porcentaje
0	6	1.9
1	12	3.8
2	12	3.8
3	14	4.4
4	26	8.2
5	15	4.7
6	36	11.4
7	47	14.9

8	41	13
9	52	16.5
10	54	17.1
Total	315	99.7
System	1	0.3
	316	100

Cuadro 10. Resultados de finanzas y contabilidad				
	Cuenta con la información necesaria para tomar decisiones	Conoce los costos y gastos de su empresa	Está de acuerdo con las utilidades de su empresa	Elaboran presupuestos anualmente
Nunca	18	15	11	25
Casi nunca	19	7	22	14
A veces	11	15	22	14
Siempre	52	63	44	46
No contestaron	0	0	1	1

4. CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos en cuanto a la antigüedad, se encontró que el mayor número de empresas (129) se encuentra en el rango entre 3 y 10 años, 34 con 5 años; sobresalen 14 empresas con 20 años. Las microempresas en promedio obtuvieron una calificación de 5.82. Las funciones que tienen mejor desempeño con una calificación arriba de 6 son mercadotecnia y, contabilidad y finanzas. El promedio de desempeño de las microempresas por giro en forma global no supera los 6 puntos de calificación, pero el de servicios obtiene 6.12, en tanto que las empresas de giro comercial y producción en promedio obtuvieron un puntaje de 5.72 y 4.22 respectivamente.

Como bien sabemos actualmente las empresas deben preocuparse por su desempeño tanto interno como externo. Los gobiernos, a pesar del gran esfuerzo que dedican para fortalecer a la MiPyME, reconocen que hay renglones que deben trabajar en equipo con otros sectores para poder acercar los beneficios que impulsen en forma importante este sector productivo. Los empresarios se han vinculado al gobierno para encontrar incipientemente los beneficios que puede aportar la gestión pública a este sector, sin embargo, falta mucha cultura empresarial y gubernamental que permee con más vigor. Es ahí donde se debe fortalecer la

relación Universidad-Empresa, mismo que ayudará al desdoblamiento y reencauzar a la MiPyME de acuerdo a las tendencias en la economía mundial, además de generar las herramientas adecuadas a su estructura

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilar, P. (2009). La productividad como factor de competitividad para las PYMES-Una perspectiva a nivel macro. Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA. Disponible: <http://www.cesa.edu.co/resources/library>. (Consulta: 2009, septiembre 25).

Fortalecimiento pyme, Editorial. Boletín PYME, volumen 1, número 1, julio 2010. Recuperado de <http://www.contactopyme.gob.mx/archivos/boletin/boletin1.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Censos Económicos 2004. México. (s.f.). Recuperado el 3 de octubre de 2011, <<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2004/cuadros/CuadroI.xls>>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo.(s.f) . Recuperado el 3 de octubre de 2010, http://www.stps.gob.mx/DGIET/web/menu_infsector.htm

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2009). Resultados Oportunos. Cifras preliminares. Censos Económicos 2009. INEGI, México.(s.f) Recuperado el 3 de octubre de 2011, <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/res_oportunos.asp

Padilla, S. (2008). “Conocimiento tecnológico: el desafío para las PyMES en México”, Economía y Sociedad, Vol. XIV, Núm. 22, julio-diciembre. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México.

Zevallos, E. (2006). Obstáculos al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en América Latina. Disponible: <http://www.fundes.org/publicaciones>. (Consulta: 2009, enero 04)

LA PROPIEDAD INTELECTUAL (PI) COMO UN RECURSO PARA LA GENERACIÓN DE VALOR EN LA GESTIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL (GCI)

Germán Narvárez Vásquez. gernarva@hotmail.com. ININEE
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

RESUMEN:

Con el surgimiento de la nueva economía del conocimiento, las empresas se han visto en la necesidad de desarrollar herramientas que les permitan no solo identificar todos sus activos intangibles, sino también promocionarlos, protegerlos y comercializarlos. Además de construir indicadores que les permitan determinar el verdadero valor de la empresa.

Considerando lo antes expuesto, el objetivo planteado fue realizar un análisis de la literatura respecto de la gestión del conocimiento, capital intelectual y PI, así como; su importancia en el contexto empresarial.

La metodología empleada consistió en seleccionar de la base de datos "IP Advantage" aquellos casos que tenían relación exclusivamente con la gestión de la PI, una vez delimitados los casos, se procedió a la identificación y análisis de las variables para lo cual se construyó una matriz de frecuencias. Finalmente se deja planteada una propuesta de formulación de indicadores en el contexto de la GCI.

Propiedad Intelectual – Indicadores – Gestión del Capital Intelectual.

ABSTRACT:

With the emergence of the new knowledge economy, companies have seen the need to develop tools to not only identify all intangible assets, but also promote, protect and commercialize. In addition to building indicators that allow them to determine the true value of the company.

Considering the above, the stated objective was to conduct a review of the literature on knowledge management, intellectual capital and intellectual as well as, its importance in the business context.

The methodology employed was to select the database "IP Advantage" cases that were related exclusively to the management of IP, once bounded case, we proceeded to the identification and analysis of the variables for which we constructed a frequency matrix. Finally, a proposal abandons development of indicators in the context of the ICM.

Intellectual Property – Indicators – Intellectual Capital Management

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas del pasado siglo, impulsada por el surgimiento y desarrollo de tecnologías de la información, surge la economía de los intangibles, donde cuestiones como la innovación o el conocimiento son los máximos exponentes de la creación de riqueza (Bradley, 1997; Edvinsson, 2000).

De acuerdo con Drucker (1993), el conocimiento se está convirtiendo en el único factor de producción, dejando de lado tanto el capital como el trabajo. En este sentido, con el

advenimiento de la llamada sociedad del conocimiento, la valoración de la PI ha adquirido mayor importancia.

La problemática se presenta debido a que en nuestros días todavía no se ha reconocido la importancia de la PI en el entorno empresarial, peor aún se ha podido identificar los indicadores que permitan valorar efectivamente esa PI. Por lo que, el objetivo que surge de la presente investigación, es conocer el estado del arte respecto de la importancia de la PI en el entorno empresarial e identificar los indicadores que permitan valorar efectivamente la PI generada.

Para el cumplimiento de dicho cometido, la metodología empleada fue: en primer lugar analizar la literatura respecto de la teoría de los recursos, la gestión del conocimiento, el capital intelectual y la gestión de la propiedad intelectual. En segundo lugar realizar un estudio de casos de la base de datos “IP Advantage” de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), de donde, a través de una tabla de frecuencias se determinó las variables que dieron lugar a los indicadores de la PI.

Con base en el análisis de las diferentes fuentes y el análisis de la base de datos se realizó una propuesta de indicadores de gestión de la PI desde la perspectiva de la Gestión del Capital Intelectual (GCI). Los mismos que en coordinación con los otros elementos que componen el Capital Intelectual (CI) nos permitirán determinar el verdadero valor de nuestra empresa en el mercado. Para Kelvin King. (2003), la valoración es una amalgama del concepto económico de valor y el concepto jurídico de propiedad. La presencia de un activo está en función de su capacidad para generar beneficios y la tasa de actualización aplicada a dichos beneficios.

Fundamentados en nuestra problemática se concluye que en la actualidad es muy importante reconocer la importancia de la PI (Activos intangibles) en las organizaciones, así como la identificación de sus respectivos indicadores, los mismo que se convertirán en una valiosa herramienta para la toma de decisiones estratégicas.

2. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

En el marco de una economía que cada vez más se basa en los conocimientos, la PI es un factor clave en las decisiones que se toman cotidianamente en las empresas. Prácticamente todos los días aparecen en el mercado nuevos productos, marcas y dibujos y modelos creativos que son el resultado de una innovación y creatividad continuas.

No obstante, no siempre se explota plenamente su capacidad innovadora y creativa ya que muchas de estas empresas no conocen el sistema de PI, peor aún formulan estrategias de conocimiento, protección, promoción y comercialización. Diseñar una política de estrategias de PI constituye un paso decisivo ya que ello contribuye a evitar que se cometan infracciones y contribuye a convertir las ideas en activos comerciales con un verdadero valor de mercado. En este aspecto, el problema se presenta en doble sentido: por un lado, no se ha reconocido la importancia de la PI en el entorno empresarial y por otro, no se ha podido identificar los indicadores que permitan valorar efectivamente la PI generada dentro de las organizaciones.

El objetivo que surge de la presente investigación, es conocer el estado del arte respecto de la importancia de la PI en el entorno empresarial e identificar los indicadores que permitan valorar efectivamente la PI generada. Para llegar a cumplir con nuestro objetivo, ha sido necesario abordar los siguientes temas:

- Conocer las referencias doctrinales sobre la teoría de los recursos, Gestión del Conocimiento, Gestión del Capital Intelectual, Gestión de la PI.
- Identificar los indicadores de la PI.

3. MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL

Bajo este tema se cobijan algunos aspectos de la administración estratégica que enfatizan el hecho de la importancia de los aspectos intangibles de la empresa. Comienzan con el análisis de la Teoría de los recursos y capacidades, que es de donde surge a opinión de algunos autores la diferenciación entre los activos tangibles e intangibles. Acto seguido se analiza conceptualmente al conocimiento y se identifica las variables de la gestión del conocimiento. Continuando con el análisis de los conceptos y teorías de la gestión del capital intelectual. Finalmente se realiza un estudio comprensivo sobre la gestión de la PI.

3.1 La Teoría de los recursos y capacidades (TRC)

En la década de los cincuenta e inicios de los sesenta, después de la Segunda Guerra Mundial las empresas comenzaron a formular estrategias de diversificación con la finalidad de establecer propuestas de crecimiento económico. Sin embargo, a mediados de los setenta las condiciones cambiaron, lo que obligó a modificar el paradigma, de la diversificación a la competitividad estratégica. (Suarez J., Ibarra S., 2002, p. 64).

A fines de los ochenta y principios de los noventa, el interés del análisis del entorno externo que conllevaba la doctrina de la ventaja competitiva se desplazó hacia los aspectos internos de la empresa, siendo menos dependiente de su posición en el mercado y más de la explotación de recursos y capacidades internas, a partir de la influencia de autores como Penrose (1959), Nelson y Winter (1982), Peteraf (1993), entre otros.

De acuerdo con la TRC, se intenta maximizar los beneficios aprovechando los recursos y las capacidades internas de la empresa a través de la formulación de estrategias. Sin embargo, la distinción entre ambos conceptos ha sido motivo de controversias.

Según Penrose (1959), los recursos son cosas físicas que la empresa puede comprar, arrendar o producir para su propio uso, mientras que los servicios o capacidades son contribuciones que los recursos pueden hacer a las operaciones productivas de la empresa. En tanto para Bueno y Morcillo (1993, p.30), los recursos son los activos disponibles y controlables por la empresa, tanto físicos, tecnológicos, humanos como organizativos.

Hofel y Schendel (1978) y Grant (1996), consideran a los recursos como tangibles e intangibles, los primeros comprenden a los recursos físicos y financieros, mientras que los intangibles; el valor de una marca comercial, las patentes, las relaciones con los clientes y proveedores, la cultura empresarial, los recursos humanos, la tecnología.

Hasta el momento, de los supuestos doctrinales antes descritos, podemos inferir lo que son los recursos y las capacidades, cómo podemos identificarlos y cómo pueden proporcionar una orientación para valorar las fortalezas y debilidades de la empresa con relación a sus competidores. Sin embargo, también es necesario valorar el potencial de los recursos y capacidades para generar beneficios a la empresa.

En este sentido, (Grant, 1991) enfatiza que los beneficios que puede generar una empresa dependen de tres factores claves: i) el alcance de la ventaja competitiva establecida, ii) la sostenibilidad de la ventaja competitiva que los recursos y capacidades confieren a la empresa; y, iii) la habilidad de la empresa para apropiarse de los beneficios generados por sus recursos y capacidades.

Partiendo de la esta teoría (TRC), cada día es más evidente que el valor de la empresa está relacionado más con aspectos intangibles que con los tangibles sobre los que tradicionalmente se hacía la valoración (Jiménez, 1999, p.2). Bajo esta perspectiva Grant, R. (1998) considera al conocimiento como un recurso intangible necesario para realizar las actividades propias de la empresa.

Por ello, tanto la gestión del conocimiento como la medición del capital intelectual se están convirtiendo en herramientas que permiten identificar el valor real de las empresas.

3.2 La Gestión del conocimiento

Considerando las aportaciones supra, podemos suponer al conocimiento como un recurso y al mismo tiempo como una capacidad, y la gestión del conocimiento como la fuente del desarrollo de nuevas capacidades y de ventaja competitiva. Para Grant (1996) existe una falta de consenso en los preceptos, propósitos y predicciones que realiza la visión de la empresa basada en el conocimiento.

En este punto, es necesario considerar algunas aportaciones conceptuales sobre el conocimiento: Para Nonaka y Takeuchi, (1995), el conocimiento es un proceso humano dinámico por el que se justifica una creencia personal como una verdad. (Beijerse, Cit. por García F., Medina, M., 1999) destaca que para aclarar el significado del término conocimiento se debe diferenciar a éste del concepto información. En esta misma línea, Garud y Nayyar (1994, p.365. Cit. García, F., 1999) sostienen que para que exista conocimiento se necesita información, pero que sin embargo, ésta no puede ser considerada conocimiento por sí misma. Por tanto, el conocimiento se crea a partir de la información que posee un individuo, el cual tiene unas determinadas creencias y compromisos (Nonaka y Takeuchi, 1995).

En este sentido podemos encontrar diferentes tipos de conocimientos; Nonaka I., (1991, pp.2,10) hace una distinción entre conocimiento tácito y conocimiento explícito, el tácito corresponde a modelos mentales, creencias, experiencias, perspectivas individuales, es muy personal y difícil de comunicarlo a los demás; mientras que el conocimiento explícito, es formal y sistemático, puede ser fácilmente comunicado y compartido. La conversión del conocimiento es el resultado de la interacción entre el conocimiento tácito y el conocimiento explícito, a través de la socialización, la externalización, la combinación y la internalización.

Por otra parte varios han sido los aportes conceptuales que se han generado respecto a la definición de la Gestión del Conocimiento, (GC) así: Thomas H. Davenport (2003), considera que es el proceso sistemático de buscar, organizar, filtrar y presentar la información con el objetivo de mejorar la comprensión de las personas en un área de interés específica. Para Malhotra, Y., (19 de febrero de 1998), encarna el proceso organizacional que busca la combinación sinérgica del tratamiento de datos e información a través de las capacidades de las Tecnologías de información, y las capacidades de creatividad e innovación de los seres humanos. Según Nonaka y Takeuchi, (1995), es el proceso que

permite capturar el conocimiento de la empresa y lo utiliza para fomentar la innovación a través de la espiral del aprendizaje organizativo. Sveiby, Karl. (2001), refiere a la GC, como el arte de crear valor con los activos intangibles de una organización.

La importancia de maximizar los beneficios para las empresas ha estimulado el desarrollo de nuevas teorías sobre la dirección. Se pueden destacar dos tipos de contribuciones: Por un lado, los autores que señalan las diferentes formas de gestionar, incrementar y explotar el conocimiento y por otro, el evaluar el conocimiento. Bajo este contexto, el Capital Intelectual (CI) representa la fusión entre estas dos corrientes de pensamiento ya que se ocupa tanto de la administración del conocimiento como de la valoración de los intangibles de la compañía. (Ross J., et al. 2001).

3.2 La Gestión del capital intelectual

El CI es un tópico sobre el cual el interés de las empresas ha crecido rápidamente en los últimos años, especialmente en aquellas en las que sus beneficios derivan principalmente de la innovación y de los servicios intensivos en conocimiento. (Edvinsson y Sullivan, 1996).

El concepto de CI ha sido utilizado en la literatura académica desde hace muchos años; sin embargo, no es hasta épocas recientes cuando un grupo de empresas, entre las que se encuentran Skandia, Dow Chemicals y el Canadian Imperial Bank, lo generalizan para hacer referencia a todos los activos intangibles (Bontis, et al., 1999). Entre los pioneros en esta materia se encuentran Edvinsson y Malone (1999) quienes entienden al CI como un lenguaje que marca las pautas de pensamiento, habla y acción de aquellos quienes conducen los futuros beneficios de las compañías.

En esta misma línea, Bradley (1997) argumenta que el CI consiste en la capacidad para transformar el conocimiento y los activos intangibles en recursos que crean riqueza tanto en las empresas como en los países. De igual modo, para Edvinsson y Sullivan (1996) y Sullivan (2001) el CI es aquel conocimiento que puede ser convertido en beneficio en el futuro y que se encuentra formado por recursos tales como las ideas, los inventos, las tecnologías, los programas informáticos, los diseños y los procesos.

En este mismo orden conceptual se considera al CI como la diferencia entre el valor de mercado de la empresa y su valor contable (Sveiby, 2001). Edvinsson y Malone (1999), afirma que el CI incluye no sólo el potencial del cerebro humano, sino también las marcas de fábrica, los nombres de los productos e incluso las inversiones que la empresa realizó en el pasado y que, aunque contablemente no se hayan revalorizado, el mercado sí lo ha hecho. Diversas han sido las contribuciones que los diferentes autores han aportado tanto desde el punto de vista teórico como práctico. No obstante, en los últimos años parece existir un cierto consenso al considerar que el CI se encuentra formado por el capital humano, el capital estructural y el capital relacional:

El Capital humano, es el que reside en los miembros de la organización y que permite generar valor para la empresa, se encuentra integrado por el stock de conocimientos tanto tácitos como explícitos. (Roos et al., 2001).

El capital estructural, es el que permanece en la organización, ya sea en su estructura, en sus procesos o en su cultura, no residen en los miembros de la organización y constituyen desde la cultura y los procesos internos, hasta los sistemas de información y las bases de datos. (Bontis, N., et.al., 1999).

El capital relacional, considera que las empresas no son sistemas aislados, sino que por el contrario, se relacionan con el exterior y aportan valor. Este tipo de capital puede incluir los nexos de la empresa, no sólo con clientes, proveedores y accionistas, sino con todos sus grupos de interés, ya sean internos o externos (Roos et al., 2001).

Una vez conocidos los componentes principales del CI, es necesario resaltar que éstos no son estructuras independientes entre sí, por lo cual para una adecuada GCI se debe utilizar en forma conjunta y no individualmente. (Edvinsson, 1997).

Por otro lado, en párrafos anteriores se ha mencionado que la contabilidad tradicional no recoge adecuadamente el valor real de la empresa debido a la incorrecta valoración de sus activos, por lo que numerosas empresas e investigadores han destacado la importancia de contar con herramientas que suplan estas deficiencias. En este sentido, han surgido una gran cantidad de herramientas para medir el CI. Entre los más referenciados en la literatura de empresas se hallan el navegador de Skandia (Edvinsson y Malone, 1999), el monitor de activos intangibles (Sveiby, 2000) y el cuadro de mando integral (Kaplan y Norton, 1997).

Sin embargo, no existe tal modelo normalizado y universal de CI debido a que muchos de éstos se han desarrollado asociados a la estrategia corporativa de la organización y consecuentemente se ajustan a una realidad concreta. (Nevado y López, 2002).

Con la intención de establecer un criterio uniforme, Sveiby (2001a) establece cuatro categorías de modelos para la medición del CI:

- Métodos directo. Por el cual se pretende realizar una estimación del valor monetario mediante la identificación de sus componentes.
- Métodos de mercado. El valor del CI se calcula mediante la diferencia entre el valor de mercado y el valor contable.
- Métodos de retorno de los recursos. La determinación del valor del CI se realiza a través de medidas y ratios financieros.
- Métodos de balance equilibrado. Se basa en generar indicadores y elaborar un informe con el resultado de la medición de éstos para cada uno de los bloques de CI.

Siguiendo a Sveiby (2001a), se puede afirmar que la elección del método a utilizar dependerá del propósito que la empresa tenga al desarrollar el modelo.

3.4 La Gestión de la Propiedad Intelectual (GPI)

En términos generales definimos a la PI, como una herramienta jurídica que el Estado otorga al creador de una obra para su explotación exclusiva durante un cierto período de tiempo. A cambio, de que transcurrido el tiempo concedido, la creación pase a dominio público. La WIPO (2011), convencionalmente se ha dividido las áreas que son sujeto de protección y explotación en vertientes, como: La Propiedad industrial, los Derechos de Autor y Conexos y las Obtenciones Vegetales, con sus respectivas subdivisiones adecuadas al cumplimiento de algunos requisitos.

Por otro lado el término “Gestión” se define como “el proceso mediante el cual se obtiene, despliega o utiliza una variedad de recursos básicos para apoyar los objetivos de la organización” Koontz H., Weihrich H., (1995). En este sentido algunos autores como

Sullivan (2001), definen a la Gestión de la Propiedad Intelectual (GPI) como: “Un conjunto fundamental de conceptos, métodos y procesos diseñados específicamente para alinear las propiedades intelectuales de la empresa con sus estrategias y objetivos empresariales”. Para la WIPO (2008), “la GPI también supone la capacidad de la empresa para comercializar sus invenciones, lanzar al mercado sus marcas, conceder licencia sobre sus conocimientos técnicos, realizar transacciones conjuntas y celebrar otros acuerdos contractuales de PI, así como ejercer y supervisar eficazmente sus derechos”.

Por lo tanto, para identificar las dimensiones así como sus respectivos indicadores para la determinación del valor de la GPI, se procedió al análisis del estudio de Casos de la base de datos “IP Advantage”.

4. METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.

En toda investigación es de fundamental importancia que los hechos y las relaciones que se establezcan, así como los resultados obtenidos y los nuevos conocimientos adquiridos, tengan el grado máximo de exactitud y confiabilidad.

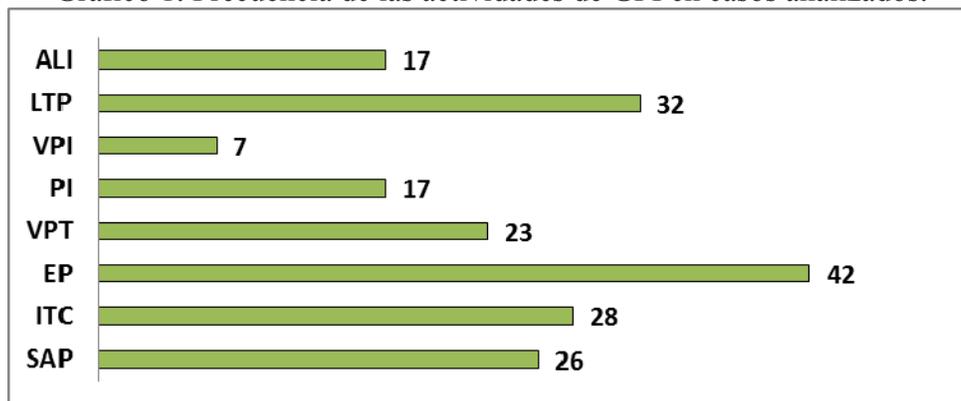
Por esta razón la metodología empleada consistió en seleccionar de la base de datos “IP Advantage” aquellos casos que tenían relación exclusivamente con la GPI, considerando dos criterios de clasificación: 1) Por el instrumento de protección: los Derechos de Autor y Conexos, Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen, Dibujos y Modelos Industriales, Patentes, Derechos de Obtentor, Secretos Comerciales, Marcas y Modelos de Utilidad. 2) Por su enfoque: Branding, Comercialización Financiación, Franquicias, Solución de Controversias, Infracción de la PI, GPI, Valoración de la PI, Licencias, Asociaciones, Información sobre Patentes, Investigación y Desarrollo.

Considerando supra, el criterio adoptado fue: “Gestión de la PI” para “cualquier” instrumento de protección, quedando para el análisis 42 de 139 casos (Ver Anexo 1).

Una vez delimitados los casos, se procedió a la identificación y análisis de las variables de GPI. Para lo cual se construyó una matriz de frecuencias. Los resultados obtenidos fueron analizados utilizando el software de Word y Excel de Microsoft 2010 empleando texto, gráficos, tablas y figuras.

De acuerdo con la matriz de frecuencias del Anexo 1, determinamos que las subvariables que más se repiten son: la Selección y Administración de Proyectos con 26 empresas; Inteligencia Tecnológica Competitiva, 28 empresas; Estrategia de protección, 42 empresas; Vigilancia del Patrimonio Tecnológico, 23 empresas; Promoción de la Inventiva, 17 empresas; Valoración de la PI, 7 empresas; Licenciamiento de la Tecnología Propia, 32 empresas; Adquisición de Licencias para Investigación, 17 empresas, como lo señala el siguiente Gráfico.

Gráfico 1: Frecuencia de las actividades de GPI en casos analizados.



Fuente: Elaboración propia.

Nota: Selección y Administración de Proyectos (SAP), Inteligencia Tecnológica Competitiva (ITC), Estrategia de protección (EP), Vigilancia del Patrimonio Tecnológico (VPT), Promoción de la Inventiva (PIV), Valoración de la PI (VPI), Licenciamiento de la Tecnología Propia (LTP), Adquisición de Licencias para Investigación (ALI).

Continuando con el análisis, el Gráfico 2, muestra las actividades que realiza cada empresa para proteger, promocionar y comercializar sus innovaciones, logrando así obtener una ventaja competitiva sobre sus rivales.

Por un lado en sentido vertical encontramos el número de actividades de GPI, por otro en sentido horizontal encontramos el número de caso (1, 2, 3,...42) que corresponde a la empresa o empresario innovador.

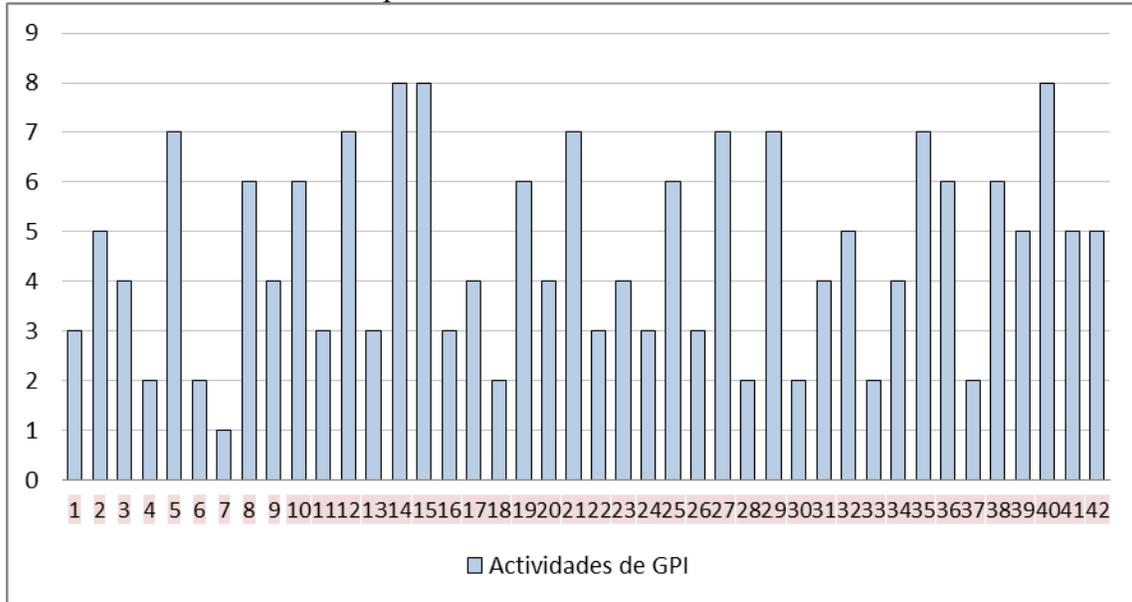
Por ejemplo, destacamos los casos número 14, 15 y 40 con el mayor número de actividades, es decir; ocho actividades identificadas que corresponde a:

Caso No. 14: Empresa comercial Somatex Medical Technologies GmbH de Alemania. Especialidad en productos para destrucción de tumor y otras innovaciones médicas.

Caso No.15: Empresa comercial Gesellschaft zur Förderung angewandter Informatik eV (GFal) en asociación con la Universidad de Berlín de Alemania. Especialidad en software y otros servicios informáticos (aplicaciones para empresas, sin fines de lucro).

Caso No.40: Universidad, Instituto de I+D, spin-off, Cyberkinetics Neurotechnology Systems Inc., de los Estados Unidos (EUA). Especialidad en Productos farmacéuticos de Biotecnología, Software y servicios informáticos.

Gráfico 2: Frecuencia por Cantidad de Actividades de GPI/Caso analizado

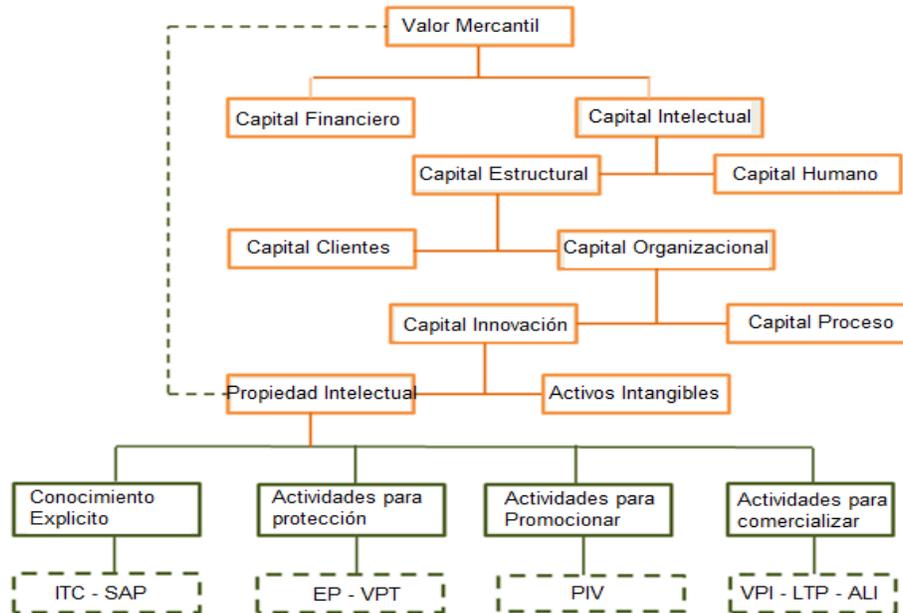


Fuente: Elaboración propia.

Es necesario recalcar que el análisis de los casos supra, nos permitió identificar las variables que más se repetían en las actividades de GPI, lo que nos permitió finalmente limitarlas.

Una vez identificadas las actividades que integran una adecuada GPI, fue necesario señalar su ubicación respecto de la GCI. En este sentido encontramos a la PI como parte integrante del Capital Estructural, con la aplicación del método de balance equilibrado definido supra, identificamos las variables de gestión y con ellas sus respectivos indicadores. (Gráfico 2).

Gráfico 2: Ubicación esquemática de las actividades de GPI, utilizando el esquema de valor de Skandia.



Fuente: Elaboración propia a partir de Skandia (1996).

Una vez identificadas esquemáticamente las actividades de GPI respecto de la GCI, realizamos la siguiente propuesta para la determinación del valor de la PI como parte de otras variables que conforman el Capital Estructural, como son: Trabajo en equipo, Investigación y Desarrollo, Tecnologías de la información.

5. PROPUESTA

La utilización de métodos estadísticos de análisis multivariante representa una posibilidad a la hora de medir el Capital Intelectual. A través del análisis comparativo de diversas variables intangibles, es posible medir la actividad de una entidad dentro de un conjunto.

Para poder determinar el valor de la PI en la GCI, hemos dividido en cinco actividades, denominadas de GPI, las mismas que son: el Conocimiento (CON), Protección (PRO), Promoción (PROM) y Comercialización (COM). Cada una de estas a su vez se encuentra conformada por los siguientes indicadores: Inteligencia tecnológica competitiva (ITC), Selección y administración de proyectos (SAP), Estrategia de protección (EP), Vigilancia del patrimonio tecnológico (VPT), Promoción de la inventiva (PIV), Valuación de propiedad intelectual (VPI), Licenciamiento de la tecnología propia (LTP), Adquisición licencias para Investigación (ALI).

Ahora:

$$\text{Valor Mercado} = \text{Valor Contable} + \text{Cap. Intelectual}$$

Despejando el capital intelectual tendremos:

$$\text{Capital Intelectual} = \text{Valor Mercado} - \text{Valor Contable}$$

Pero aún se quedaría sin conocer cuánto en verdad ha sido el impacto o la contribución de cada uno de los elementos del capital intelectual.

Entonces si descartamos al capital contable (ya conocido en los estados financieros) y consideramos a las siguientes variables con sus respectivos indicadores: García T. et al. (2007, p. 59-69).

Capital Intelectual = (CI)
Capital Humano = (CH)
Capital Estructural = (CE)
Capital Relacional = (CR)

Variable Capital Humano (CH):

Nivel de competencia de los trabajadores = (NCT)
Satisfacción personal = (SP)
Capacidad de innovación = (CDI)
Formación académica = (FA)

Variable Capital Estructural (CE):

Trabajo en equipo = (TEE)
Investigación y desarrollo = (ID)
Propiedad intelectual = (PI)
Tecnologías de la información = (TDI)

Variable Capital Relacional (CR):

Satisfacción del cliente = (SDC)
Lealtad del cliente = (LDC)
Notoriedad de marca = (NDM)
Calidad del servicio = (CDS)

Tenemos que:

$$\text{CI} = \text{CH} + \text{CE} + \text{CR}$$

$$\text{CI} = (\text{NCT} + \text{SP} + \text{CDI} + \text{FA}) + (\text{TEE} + \text{ID} + \text{PI} + \text{TDI}) + (\text{SDC} + \text{LDC} + \text{NDM} + \text{CDS})$$

F. 1

Ahora solo enfocándonos a la variable **CE**, esto es (TEE, ID, **PI**, TDI). Profundizamos al indicador **PI**, con las actividades que hemos descrito en el Gráfico anterior, esto es:

Conocimiento = (CON)
 Protección = (PRO)
 Promoción = (PRM)
 Comercialización = (COM)

$$\mathbf{PI = CON + PRO + PRM + COM}$$

Para la sub variable Conocimiento (CON):

Inteligencia tecnológica competitiva = (ITC)
 Selección y administración de proyectos = (SAP)

Para la sub variable Protección (PRO):

Estrategia de protección = (EP)
 Vigilancia del patrimonio tecnológico = (VPT)

Para la sub variable Protección (PRM):

Promoción de la inventiva = (PIV)

Para la sub variable Protección (COM):

Valuación de propiedad intelectual = (VPI)
 Licenciamiento de la tecnología propia = (LTP)
 Adquisición licencias para Investigación = (ALI)

Entonces:

$$\mathbf{PI = (ITC + SAP) + (EP + VPT) + (PIV) + (VPI + LTP + ALI)}$$

F. 2

Ahora la Fórmula 2 (F.2) se sustituye a la Fórmula 1 (F.1) en lo que corresponde a PI de CE.

$$CI = \left[(NCT + SP + CDI + FA) + (TEE + ID + (ITC + SAP + EP + VPT + PDI + VPI + LTP + ALI) + TDI) + (SDC + LDC + NDM + CDS) \right]$$

F. 3

De la fórmula F.3, ya podemos determinar el Capital Intelectual de los activos intangibles para una organización, también podemos determinar el valor real de la empresa en el mercado de la PI.

6. CONCLUSION

La principal conclusión que se desprende de la presente investigación, es que en la última década, bajo la doctrina del CI ha ido aumentando el interés y manejo eficiente de los activos intangibles. En la empresa privada, su identificación, medición y gestión es un tema de actualidad. Se considera importante reconocer y valorar esos activos invisibles, tanto para mejorar la toma de decisiones como para demostrar a los posibles usuarios externos su potencialidad, agregando este conjunto de informaciones a los tradicionales indicadores financieros. En este sentido cabe reconocer como se ha venido transformando la PI en un recurso que permite materializar el conocimiento y transformar en valor económico a través de la GCI.

7. REFERENCIAS

- BONTIS, N., Dragonetti, N. C., Jacobsen, K., Roos. G. (1999): "The knowledge toolbox: a review of tools available to measure and manage intangible resources", *European Management Journal*, Núm. 4. Vol. 17.
- BRADLEY, K. (1997), "Intellectual capital and the new wealth of nations", *Business Strategy Review*, No. 1 Vol. 8.
- BUENO, E. & Morcillo, P. (1993). "Aspectos estratégicos de la competitividad empresarial: Un modelo de análisis". *Anales de Economía y Administración de Empresas*, p.30.
- DRUCKER, P. (1993), *The Post-Capitalist Society*, Nueva York, Harper Business, Citado por Boyett Joseph, Boyeth Jimmie, (2007), *Hablan los gurús: las mejores ideas de los máximos pensadores de la administración*, Colombia Editorial Norma.
- EDVINSSON, L. y Sullivan, P. (1996): "Developing a model for managing intellectual capital", *European Management Journal*, Vol. 14.
- EDVINSSON, L. (1997): "Developing intellectual capital at Skandia", *Long Range Planning*, Núm. 3, Vol. 30.
- EDVINSSON, L. y Malone, M.S. (1999): *El capital intelectual*, Barcelona, Gestión 2000.
- EDVINSSON, L. (2000). "Some perspectives on intangibles and intellectual capital 2000", *Journal of Intellectual capital*, Núm. 1. Vol. 1.
- GARCÍA F., Medina M., (septiembre 1999). "Capital intelectual y gestión del conocimiento: fundamentos teóricos". Documento presentado en el IX Congreso Nacional de ACEDE: Empresa y Mercado: Nuevas tendencias, Burgos, p.365.
- GARCÍA, T., Vergiu, J., Párraga, R., Santos, N., (2007), *Desarrollo de un Modelo Multifactorial y Dinámico para la medición de los intangibles de empresas de manufactura*. *Industrial Data*, Núm 1, Vol. 10, pp 59-69
- GRANT, R.M. (1991). "The Resource-Based Theory of Competitive Advantages: Implications for Strategy Formulation". *California Management Review*.
- GRANT, R.M. (1996): "Toward a knowledge-based theory of the firm", *Strategic Management Journal*, Vol. 17, Edición especial de invierno.
- GRANT, R.M. (1998). "Dirección Estratégica. Conceptos, Técnicas y Aplicaciones", Civitas, Madrid.

- HOFEL, C. & Schendel, D. (1978). "Strategy formulations: analytical concepts. West, St. Paul, Min.
- IP Advantage, (2011), Estudios de casos sobre propiedad intelectual. Recuperado el 12 de enero de 2011, de http://www.wipo.int/ipadvantage/en/search.jsp?ins_protection_id=&focus_id=&order=territory.
- JIMÉNEZ, A. (1999). "Las Competencias y el Capital Intelectual: La manera de gestionar personas en la Era del Conocimiento", Boletín Club Intelec, abril, Euroforum, Madrid. p.2.
- KELVIN K., (2003), The Valuation and Exploitation of Intangible Assets, Recuperado el 23 de noviembre 2008 de, <http://www.valuation-consulting.co.uk>
- KOONTZ H., Wehrich. H., (1995). "Administración: Una perspectiva global", McGraw Hill, España.
- MALHOTRA, Yogesh. (19 de febrero de 1998), Knowledge Management, Knowledge Organizations & Knowledge Workers: A View from the Front Lines, Consulted 23 February 2008 de <http://www.brint.com/interview/maeil>.
- NELSON, R., Winter, S. (1982). "Evolutionary theory of economic change. Belknap press", Cambridge.
- NEVADO Peña, D. y López Ruiz, V. (2002): El capital intelectual: valoración y medición, Madrid, Prentice Hall.
- NONAKA, I. (1991): "The knowledge creating company", Harvard Business Review, Vol. 69, Núm. 6.
- NONAKA, I. y Takeuchi, H. (1995), "The knowledge creating company", Nueva York, Oxford University Press.
- PENROSE, Edith (1959). "The theory of the growth of the firm. Basil Blackwell", London.
- PETERAF, M. (1993). "The cornerstones of competitive advantages: A resources based view". Strategic Management. J. 14.
- ROOS, J., Roos, G., Dragonetti, N.C. y Edvinsson, L. (2001): "Capital intelectual. El valor intangible de la empresa", Barcelona, Paidós Empresa.
- SKANDIA (1996): Supplement to the Annual Report, Customer Value, Stockholm. Recuperado el 24 Octubre 2008, de <http://www.skandia.com>
- SUAREZ J., Ibarra S., (2002). "La Teoría de los recursos y las capacidades. Un enfoque actual en la estrategia empresarial", en Anales de estudios económicos y empresariales, ISSN 0213-7569, No. 15 p.64.
- SULLIVAN, P.H. (2001), "Introducción a la gestión del capital intelectual", en Sullivan, P.H. (eds.), Rentabilizar el capital intelectual. Técnicas para optimizar el valor de la organización, Barcelona, Paidós empresa.
- SVEIBY, Karl. (2001), What is Knowledge Management?, Recuperado el 23 de Febrero del 2008, de <http://www.co-i-l.com/coil/knowledge-garden/kd/whatiskm>.
- SVEIBY, K.E. (2001a): Methods for measuring intangible assets. Recuperado el 29 Octubre 2008, de <http://www.sveiby.com/PublishedBooks/tabid/89/Default.aspx>.

- THOMAS, H. Davenport (2003), Knowledge Management Glossary. Recuperado el 23 de Febrero 2008, de <http://www.bus.utexas.edu/kman/glossary.html>.
- WIPO (2008). Administrar eficazmente la propiedad intelectual. Recuperado el 02 de noviembre de 2008 de: http://www.wipo.org/about-ip/es/studies/publications/ip_smes.htm.
- WIPO, (2011), ¿What is Intellectual Property? Recuperado el 19 Julio 2011 de <http://www.wipo.int/about-ip/es/>.

ANEXO 1: Tabla de frecuencias de las Actividades de GPI.

No. Empresa	SAP	ITC	EP	VPT	PIV	VPI	LTP	ALI	
1	X	n/d	X	X	n/d	n/d	n/d	n/d	3
2	X	X	X	X	n/d	n/d	X	n/d	5
3	X	X	X	n/d	n/d	n/d	X	n/d	4
4	n/d	X	X	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	2
5	X	X	X	X	X	n/d	X	X	7
6	n/d	n/d	X	n/d	n/d	n/d	X	n/d	2
7	n/d	n/d	X	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	1
8	X	X	X	X	n/d	n/d	X	X	6
9	n/d	X	X	X	n/d	n/d	X	n/d	4
10	X	X	X	X	X	n/d	X	n/d	6
11	n/d	X	X	X	n/d	n/d	n/d	n/d	3
12	X	X	X	X	X	n/d	X	X	7
13	X	n/d	X	n/d	n/d	n/d	X	n/d	3
14	X	X	X	X	X	X	X	X	8
15	X	X	X	X	X	X	X	X	8
16	n/d	n/d	X	n/d	n/d	n/d	X	X	3
17	n/d	n/d	X	n/d	X	X	X	n/d	4
18	n/d	n/d	X	n/d	n/d	X	n/d	n/d	2
19	X	X	X	n/d	X	n/d	X	X	6
20	n/d	X	X	n/d	n/d	n/d	X	X	4
21	X	X	X	n/d	X	X	X	X	7
22	X	n/d	X	X	n/d	n/d	X	n/d	3
23	n/d	X	X	n/d	X	n/d	X	n/d	4
24	X	n/d	X	X	n/d	n/d	n/d	n/d	3
25	X	X	X	X	n/d	n/d	X	X	6
26	n/d	n/d	X	n/d	n/d	n/d	X	X	3
27	X	X	X	X	X	n/d	X	X	7
28	n/d	n/d	X	n/d	X	n/d	n/d	n/d	2
29	X	X	X	X	X	n/d	X	X	7
30	n/d	n/d	X	n/d	n/d	n/d	X	n/d	2
31	n/d	X	X	X	n/d	n/d	n/d	X	4
32	X	X	X	X	n/d	n/d	X	n/d	5
33	n/d	n/d	X	n/d	n/d	n/d	X	n/d	2
34	X	X	X	n/d	n/d	n/d	X	n/d	4
35	X	X	X	X	X	n/d	X	X	7
36	X	X	X	X	X	n/d	X	n/d	6
37	n/d	X	X	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	2
38	X	X	X	X	X	X	n/d	n/d	6
39	X	X	X	n/d	n/d	n/d	X	X	5
40	X	X	X	X	X	X	X	X	8
41	X	n/d	X	X	X	n/d	X	n/d	5
42	X	X	X	X	n/d	n/d	X	n/d	5
	26	28	42	23	17	7	32	17	
	62%	67%	100%	55%	40%	17%	76%	40%	

Fuente: Elaboración propia a partir de “IP Advantage” (2011).

LEAN MANUFACTURING: UNA FILOSOFIA PARA LA COMPETITIVIDAD Y ADMINISTRACION DE PYMES EN EL CONTEXTO INDUSTRIAL DEL ESTADO DE TLAXCALA

Erika Gutiérrez Morales erika_gutierrez09@hotmail.com Instituto Tecnológico de Apizaco
Manuel Edmundo Cruz Sánchez maedcruzsa@gmail.com Instituto Tecnológico de Apizaco
Enrique Herrera Fernández enriquehf234@hotmail.com Instituto Tecnológico de Apizaco

Resumen:

El presente trabajo presenta el estudio concerniente al diagnóstico de las pymes industriales del estado de Tlaxcala y la propuesta de implantación de Lean Manufacturing, con el objetivo de que éstas puedan adoptar esta filosofía como estrategia, para la administración y desarrollo competitivo. El estudio está enfocado en la identificación de factores críticos que afectan directamente el desempeño competitivo de las pymes industriales; de igual forma el conocimiento que se tiene respecto a la Lean Manufacturing, y si se utiliza algún otro método para el mejoramiento e incremento de su desempeño competitivo. Con la propuesta se pretende contribuir a la generación de alternativas para el logro de Pymes más efectivas, innovadoras, eficientes y competitivas en el estado.

Palabras Clave: Lean Manufacturing, Competitividad, Pymes, Estrategia.

Summary:

The work shows advances in the study regarding to diagnosis of industrial Pymes of Tlaxcala state to perform an implementation proposal of Lean Manufacturing so they can adopt such methodology as strategy for a substantial development of their competitive position. The study is focused on the identification of critical factors that directly affect the competitive performance of the industrial Pymes; also the knowledge, that there is about Lean Manufacturing methodology, and if any other method is used to improve or to increase the competitive performance. With the proposal, it is intended to contribute to make alternatives to achieve more effective, innovative and efficient Pymes in the state.

Keywords: Lean Manufacturing, Competitiveness, Pymes, Strategy.

INTRODUCCIÓN:

Las Pymes presentan una base de la economía mexicana siendo partícipes del 52% del Producto Interno Bruto, contribuyendo con el 72% de los empleos formales en el país y conformando el 99.8% de las empresas establecidas. Actualmente presentan una crisis respecto al desempeño ya que el tiempo de supervivencia en promedio es de 2 años una de las causas es la escasa preocupación por su posición competitiva. Los problemas de las Pymes son enmarcados en dos tipos de enfoques, denominados enfoque “externo” e “interno”; el enfoque externo se caracteriza por problemas que afectan a las Pymes, pero que son pertenecientes al entorno macroeconómico y en donde no se tienen influencia en su solución, mientras que el enfoque interno, se caracteriza por problemas derivados de la gestión propia de la organización y del sector económico e industrial al que pertenecen, en donde son responsables de su solución y mejora.

Algunos elementos de la problemática que se enfrentan las pymes son (González, 2005):

1. Organización: Falta de estructura formal, sistematización de operaciones, políticas escritas, estándares de desempeño.
2. Recursos Humanos: Falta de capacitación, excesiva rotación de personal, escasa o nula preocupación por la seguridad e higiene.
3. Mercadotecnia: Falta de conocimiento real de su competencia, utilización de técnicas mercadológicas, para la adecuación de las necesidades del cliente.
4. Producción: Escasas o nulas técnicas para planear la producción, medición y control de la calidad, sistematización de los procedimientos de producción, sistema de compras, deficiente distribución del trabajo e instalaciones, bajo nivel de productividad.
5. Innovación Tecnológica: Tecnología Insuficiente, sin medidas anticontaminantes.
6. Contabilidad: Escasos o nulos registros contables, costos incorrectamente determinados y precios que no cubren los costos totales.
7. Finanzas: Acceso burocrático a créditos convenientes para la empresa.
8. Fiscal: Excesiva regulación fiscal.

La combinación de estos factores vuelve incierto asegurar la sobrevivencia en un futuro de estas entidades económicas. Las pymes industriales se encuentran ante un cliente con requerimientos más exigentes, con tendencias tiempos de entrega más cortos, precios más bajos, productos con alto valor agregado, calidad e innovación de nuevos productos, entre otros requerimientos del mismo. En la actualidad las empresas grandes motivadas por sus corporaciones en el extranjero están tomando métodos de Lean Manufacturing como estrategia para la administración efectiva de los recursos y la mejora en su posición competitiva, y mientras que solo algunas empresas medianas están retomando la adopción de estos métodos. Mientras esto sucede las empresas pequeñas y el resto de las medianas están en la lucha por su sobrevivencia debatiéndose en el contexto que ofrece el país.

El término Lean fue acuñado en el MIT (Massachusetts Institute of Technology) por James Womack en la obra Lean Thinking: *“Cumplir con las expectativas del cliente en términos de calidad, costo y entrega a tiempo usando los mínimos recursos y obteniendo el máximo de beneficio, eliminar pérdidas y crear ganancias”*. Por lo tanto la producción Lean es un sistema de negocios para organizar y administrar el desarrollo de productos, las operaciones, proveedores y relaciones con clientes, mediante la búsqueda de la eliminación sistemática del desperdicio a través de utilización de una colección de herramientas tales como : Value Stream Map (Mapeo de la Cadena de Valor) , Kaizen - Kaizen Blitz, Fabrica Visual y las 5's, Trabajo Estándar, SMED (Cambio Rápido de Herramientales), AMEF

(Análisis del Modo y Efecto de Fallas), MPT (Mantenimiento Productivo Total), Manufactura Celular , Kanban y Poka-Yokes , entre otras, con grupos de trabajo interdisciplinarios. Entendiéndose como desperdicio, como toda aquella actividad que no agrega valor, pero si genera un costo y trabajo. La metodología de Lean Manufacturing ha mostrado resultados sobresalientes con la adecuada implantación de sus métodos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

En la Actualidad la inversión extranjera en el Estado de Tlaxcala se destinó a la industria, con un 99.5% del total; y el solo comercio captó 0.5%. Hoy en día las pymes constituyen 97 % de las entidades económicas del estado. Resaltando la importancia del sector industrial tiene en la entidad.

El estado de Tlaxcala cuenta con 3 Ciudades Industriales, 3 Parques Industriales y 3 Corredores Industriales con un total de 357 empresas de diferentes industrias de la manufactura, que emplean actualmente a 47479 personas. Entre las más importantes empresas se encuentran: Grupo textil Providencia, Cebadas y Maltas (Grupo Modelo), Grammer Automotive, Group Schneider, Johnson Controls Automotive México, Grupo Porcelanite, Lamosa revestimientos, Enertec, Wexler de México, Owens Reinforcements, La Luz.

El estado es el segundo lugar, con una mayor pérdida en su posición referente a la competitividad en el periodo 2006-2008, el estado perdió 6 posiciones, según el último estudio emitido, y muestra una tendencia descendente a través del tiempo. Parte del avance que presento el estado, fue en el sector económico industrial según el IMCO (Instituto mexicano para Competitividad), esto debido al aumento en el número de empresas con ISO 9000 de 31 a 182 por millón de PEA y un crecimiento del número de empresas por millón de PEA en un 46%., Tlaxcala se encuentra en el lugar 31 en el Índice de Competitividad Estatal 2008.

OBJETIVO GENERAL: Efectuar un diagnóstico del sector industrial del estado de Tlaxcala que suscriba características y particularidades de las Pymes, para la identificación de elementos críticos que afecten su desempeño competitivo y efectuar una propuesta de implantación de Lean Manufacturing.

Objetivos Específicos:

1. Identificación de las estrategias que las Pymes utilizan enfrentar los retos competitivos.
2. Identificación de la problemática interna y externa a la cual se enfrentan las pymes.
3. Mostrar la importancia de la manufactura esbelta y sus beneficios.
4. Exponer el grado de conocimiento que los industriales tienen de Lean Manufacturing y determinar si existe la aplicación de la Metodología.
5. Identificación de elementos de implantación Lean Manufacturing.

METODOLOGIA:

1. Definición del Tipo de investigación: En primera instancia se identifica el tipo de investigación la cual se define como: descriptiva-transeccional, ya que la investigación es desarrollada en un tiempo determinado y no existe una manipulación de variables.

2. Definición de la Población: La población comprende a empresas industriales, con singularidades de una Pyme, respecto al con el volumen de ventas anuales de 100 hasta 250 mdp (Millones de Pesos) y un número de trabajadores de 51-250. Adquiriendo un total de 56 empresas con las especificaciones mencionadas.

3. Definición de la Muestra: La muestra es estratificada puesto que el estado cuenta con infraestructura industrial tomando en consideración los corredores y ciudades industriales activos (Total de 6), y con el número de población de 56 con un intervalo de confianza del 95%, un error del 5% .La muestra consiste en 49 pymes. Se obtiene una respuesta de 24 pymes participantes.

4. Formulación de Hipótesis: Lean Manufacturing se encuentra implantado en al menos el 5% de las Pymes industriales del Estado de Tlaxcala para afrontar sus retos competitivos.

5. Recolección de Datos: El instrumento de medición fue del tipo cuestionario que constó de 7 partes (El cliente y sus Demandas, Problemática Interna, Programas implantados, Conocimiento de Lean Manufacturing, Competitividad, Infraestructura de Trabajo en Equipo e Implantación Lean) con un total de 66 ítems, con escalamiento de Likert mediante una entrevista personal.

6. Procesamiento de la información: El procesamiento de la información se efectuó mediante el paquete IBM SSPS Statistics Ver. 19. Las gráficas de barras que aparecen en el estudio representan el promedio de las votaciones realizadas por los encuestados, en una escala de Likert del 1 a 5. Aplicando, a éstas gráficas, el principio de Pareto para representar la Información más relevante. Las gráficas muestran el porcentaje que representa la parte de la población que eligió esa opción.

RESULTADOS:

La población participante fue constituida por pymes del sector industrial del estado de Tlaxcala, pertenecientes a las ciudades, parques y corredores industriales activos. Se muestra en la Gráfica 1 cuál es la problemática externa a la cual se enfrenta actualmente:

Gráfica. 1 Retos competitivos externos de las pymes industriales



Elaboración Propia con Fuente: Galgano G. (2008)

Como se observa en la gráfica actualmente el entorno es dinámico en relación a los requerimientos del cliente, puesto que lean tiene como premisa el inicio del valor designado por el cliente, las pymes industriales están siendo influidas por éstos con mayor calidad en los productos a precios competitivos, rapidez y confiabilidad en las fechas de entrega y fabricación personalizada, que presentan los porcentajes más altos de los retos competitivos a los que actualmente se están enfrentando las pymes. Los clientes son menos tolerantes ante los fallos e incidencias ya que esto es responsabilidad de los proveedores, así mismo se han vuelto más estrictos respecto a sus requerimientos.

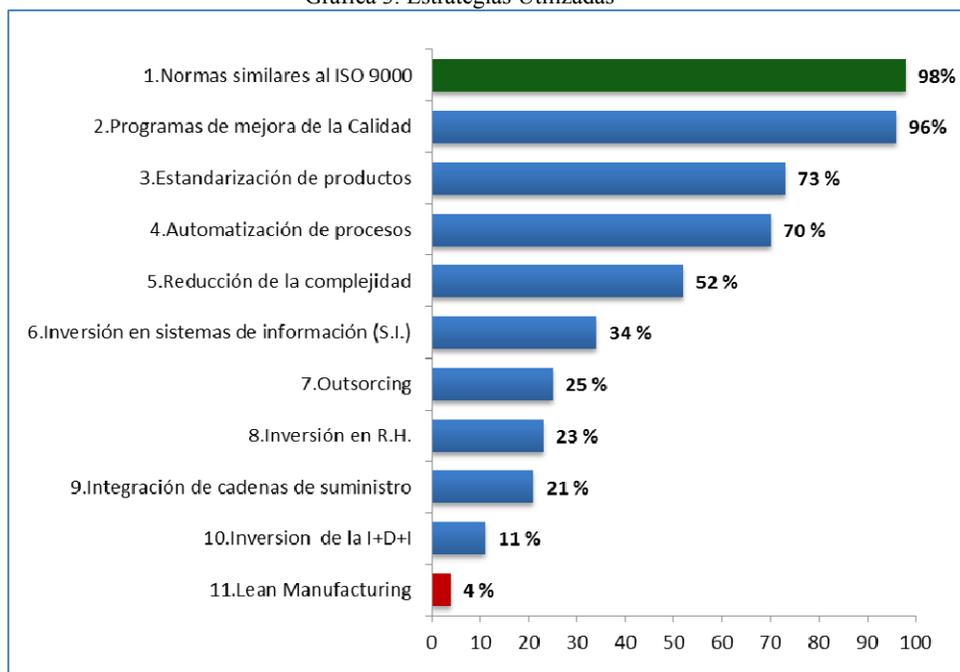
Con respecto a los retos competitivos internos (Gráfica 2), es decir la problemática interna se manifiesta como dificultades del cumplimiento de los plazos de entrega estipulados con el cliente, lo cual revela que los esfuerzos efectuados no son suficientes para el cumplimiento de lo estipulado. Las pymes encuestadas argumentan fabricar productos complejos. Se presentan dificultades para prever la demanda puesto que no se cuenta con estrategias para diagnosticar la misma No desdeñando la velocidad de los requerimientos cambiantes del cliente. La gestión de la información un proceso que incluye operaciones como manipulación, tratamiento, depuración, conservación, acceso, colaboración de la información adquirida por las pymes; el 92% argumenta tener problemas con este proceso

Gráfica. 2 Retos competitivos internos de las pymes industriales



Elaboración Propia con Fuente: Galgano G. (2008)

Gráfica 3. Estrategias Utilizadas



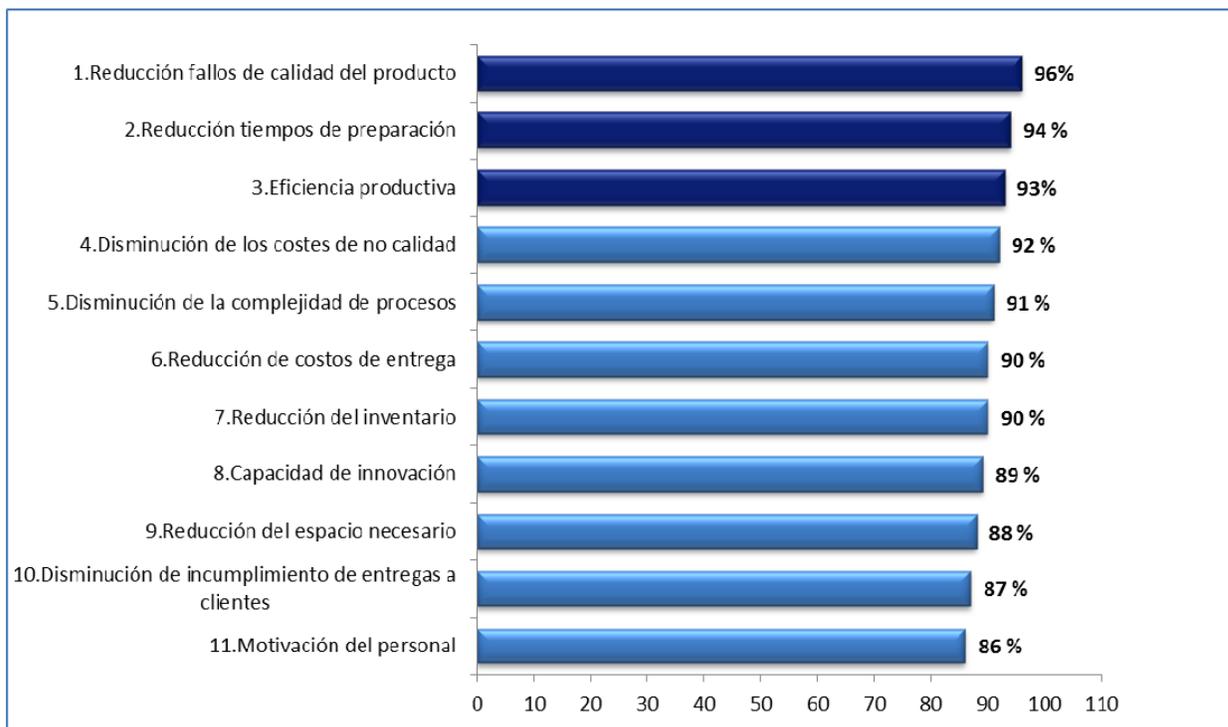
Elaboración Propia con Fuente: Galgano G. (2008)

Las pymes industriales apuestan como estrategia prioritaria la certificación en (Gráfica3) sistemas de calidad basados en normas internacionales como el ISO 9000 en sus diferentes versiones. Les permite estandarizar operaciones, entregar productos de forma constante y de satisfacer las necesidades del cliente. Pero todo ello no es suficiente para que las pymes garanticen su posición competitiva en un largo plazo.

Se observa que el 4% de las pymes encuestadas cuenta con la implantación de Lean Manufacturing *es la última estrategia* utilizada. Por lo tanto de acuerdo a los objetivos del estudio, Lean no es utilizada como una alternativa para la administración de operaciones y el mejoramiento de la posición competitiva de las pymes industriales. (Gráfica3).

Entre los beneficios más relevantes de Lean se encuentran la reducción de fallas de la calidad en los productos, tiempos más breves en la preparación optimizando el tiempo disponible, un mayor incremento en la productividad y la disminución de los costos. (Gráfica 4), argumentados por las pymes industriales implantadoras.

Grafica 4. Beneficios Obtenidos de la implantación de Lean Manufacturing

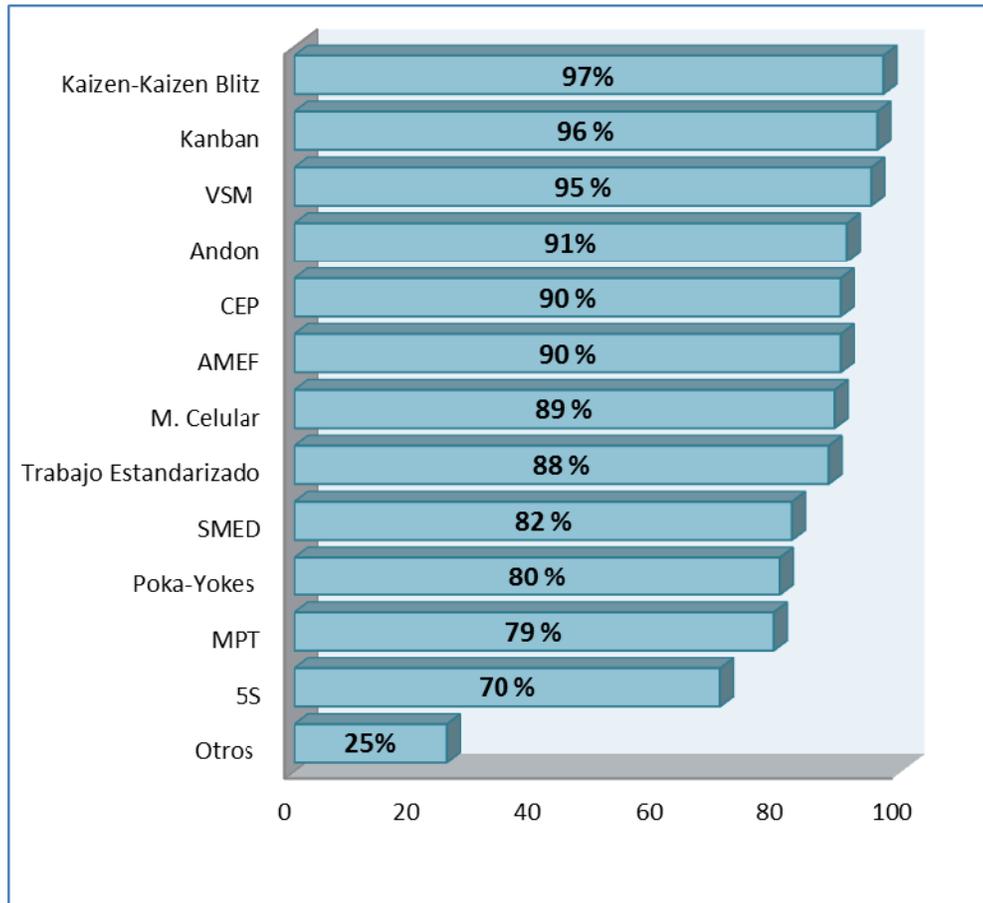


Elaboración Propia con Fuente: Galgano G. (2008)

Los implantadores de Lean utilizan una gama de herramientas (Gráfica 5), entre las que se destacan la participación activa en eventos Kaizen, éstos son logrados con un mínimo de inversión de capital e inclusive se han elaborado Kaizen (Mejoras) sin ningún tipo de inversión, según las propias experiencias de los implantadores de Lean, es decir, solamente con la utilización de los recursos disponible y la participación de equipos de trabajo. La fabricación en pymes implantadoras es mediante la utilización de Kanban, y la determinación constante de la cadena de valor, mediante el mapeo de procesos.

El trabajo en equipo como se ha mencionado con anterioridad es la plataforma de Lean, mediante la utilización las herramientas, estas son adaptadas de acuerdo a los requerimientos internos y externos de la propia organización.

Grafica 5. Herramientas Utilizadas



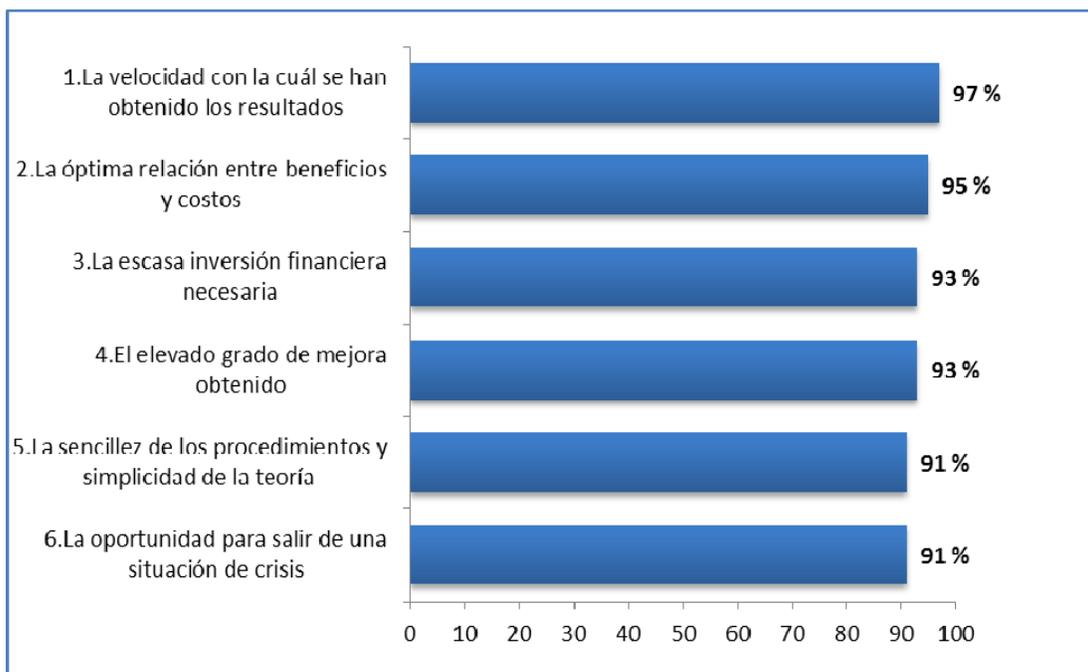
Elaboración Propia

Se adopta manufactura celular después de una ardua evaluación de factores y argumentan que es utilizada se obtienen mayores beneficios. Sin duda un gran esfuerzo es la adopción de las 5'S puesto que es una herramienta que ha sido adoptada de manera progresiva, en general se tiene trabajado hasta la 3raS. El andón (término japonés que significa alarma) es utilizado para detectar problemas en el proceso de producción mediante indicadores visuales o señales que marcan el estatus del mismo, esta herramienta es utilizada en un 91% por los implantadores.

En relación con las ayudas que proporcionan una implantación de lean con mayor facilidad se tienen: La velocidad bajo la cual se obtiene los resultados, la relación entre los costos y los beneficios, de igual forma la escasa inversión necesaria, con un mayor porcentaje de

votación por parte de los encuestados. El elevado grado de mejora obtenido (Grafica 6) se tiene en un 93%. Se observa que las presentes ayudas tienen un valor alto en porcentaje, puesto que las particularidades de Lean se denotan en la simplicidad y sencillez.

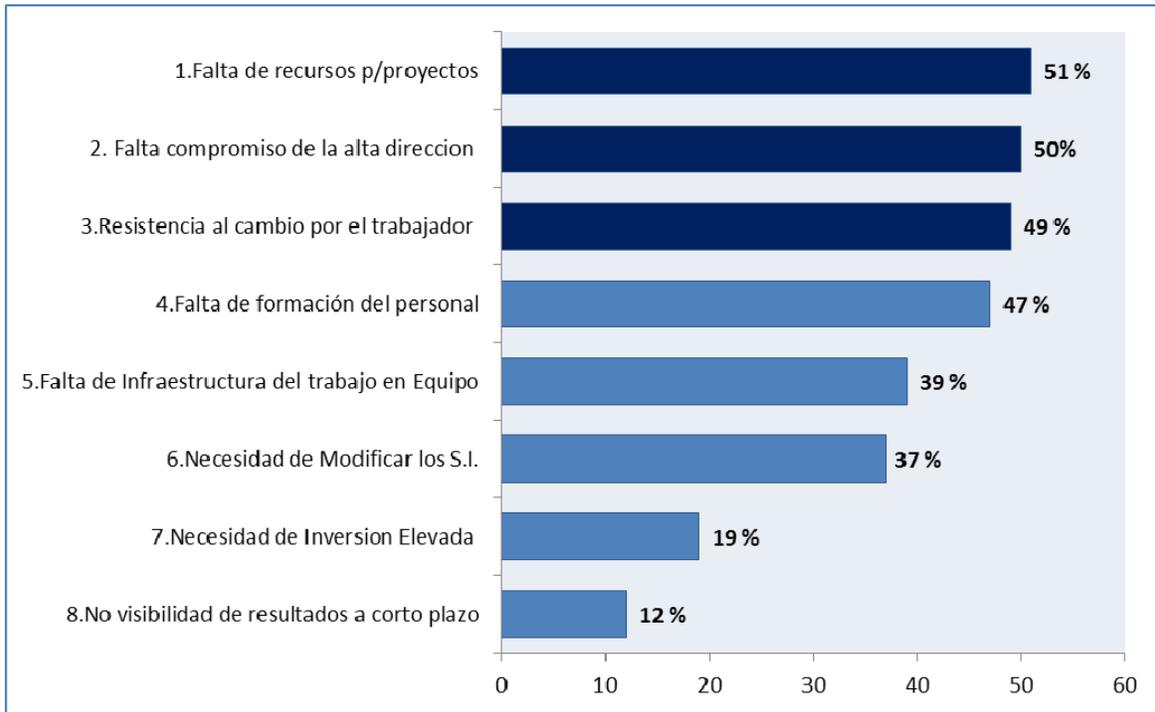
Grafica 6. Ayudas de Implantación de Lean Manufacturing



Elaboración Propia con Fuente: Galgano G. (2008)

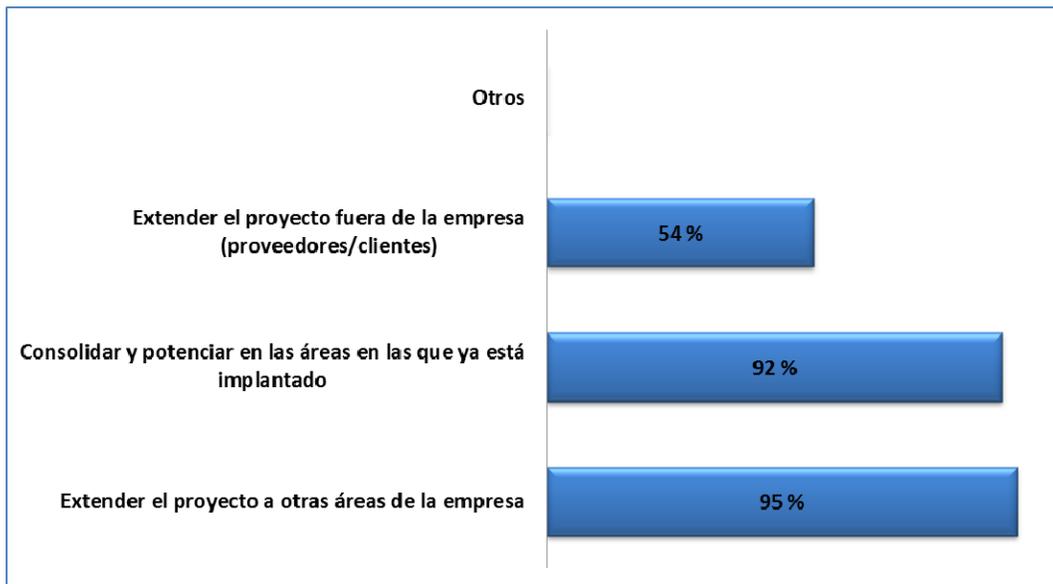
Los obstáculos en la implantación de Lean (Gráfica 7) ha sido la falta de recursos para los proyectos, la falta de compromiso por parte de la alta dirección, seguidamente que se declara que sin el liderazgo de los mismos no sería posible la implantación y si fuera llevada a cabo sería ineficaz e ineficiente, este se deriva directamente en las gerencias intermedias. De igual forma en la adopción de nuevos métodos de trabajo se cuenta con un factor preponderante: la resistencia al cambio por los trabajadores, la cual ha sido un reto en resolverse por capacitación continua e involucramiento de todo el personal en las actividades de mejora. La falta de formación del personal está llanamente relacionada homologación de criterios, mediante la capacitación integral de la filosofía lean, es la manera en la que ha sido acotada, con la contribución de consultores o iniciativa propia.

Grafica7. Obstáculos en la Implantación de Lean Manufacturing



Elaboración Propia con Fuente: Galgano G. (2008)

Grafica 8. Planes Futuros respecto a Lean Manufacturing

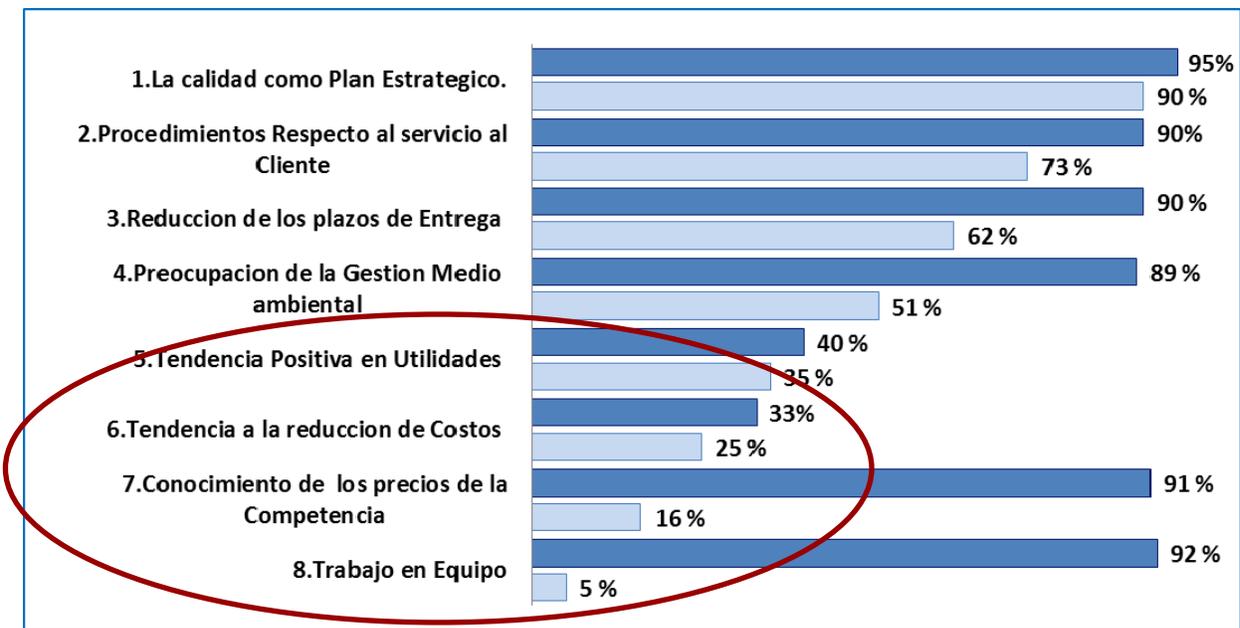


Elaboración Propia

Los planes que se tienen para el futuro respecto a lean es incorporarlo a más ámbitos de la organización, así como la consolidación de las áreas ya implantadas, esto por los beneficios obtenidos y solo el 54% tiene planes de extender Lean fuera de la empresa.

Las variables para medir la competitividad en la investigación presente son: calidad, tiempos de entrega, precio, gestión ambiental, y servicio (Yokota, 2004), se anexan tres variables más las cuales, son justificadas claramente en relación con la metodología Lean por lo tanto se tienen: Tendencia respecto al crecimiento de utilidades, tendencia referente a la reducción de los costos totales y el trabajo en equipo, con un total de ocho variables. Se efectúa una comparación entre las pymes implantadoras y no implantadoras y sus porcentajes en relación a las variables mencionadas:

Grafica 9. Factores Críticos competitivos de las Pymes Tlaxcaltecas



Elaboración Propia

PROPUESTA DE IMPLANTACIÓN:

La propuesta de implantación de Lean Manufacturing para las pymes industriales del estado de Tlaxcala, está sujeta directamente a la infraestructura para el **Trabajo en Equipo**, no será posible su implantación de forma eficiente (o no se dará la implantación). Esta propuesta fue concebida en relaciones a las consideraciones del diagnóstico y la observación mediante la entrevista de las pymes en el estado.

En primera instancia de inicia como pilar fundamental la **Cultura en la Organización** la cual consiste en:

1. El respeto en la individualidad de cada miembro de la organización.
2. Seguridad de los miembros.
3. Aprovechamiento del talento.
4. Trabajo en Equipo

5. Ética en el Trabajo
6. Colaboración en las mejoras, sino no ser un obstáculo en la implementación de las mismas.
7. Utilización mínima de los recursos en las mejoras y la búsqueda continua en la razón de sus funcionamiento contrario a la búsqueda de excusas.

En segundo lugar se tienen los pilares sobre los cuáles se soporta la implantación de lean que son claramente los factores de éxito, es la combinación de esfuerzos para el correcto desempeño: El **Compromiso y Liderazgo de Alta Dirección**, puesto que si se no se posee no se tendrán los recursos necesarios y existirá incertidumbre sobre los nuevos desafíos que confrontaría la empresa. El **Conocimiento y las Habilidades** son las facultades y las capacidades necesarias para concretar y aterrizar los objetivos, El **tiempo y los Recursos** solo se tendrían falsas expectativas, la **Planeación y Seguimiento** Lean será un proyecto más propenso a quedar olvidado.

La propuesta incluye una **Revolución del Conocimiento** lo cual implica erradicar las ideas fijas de los sistemas de producción desfasados y concebir los nuevos conceptos que implica la adopción de Lean. El núcleo de la propuesta es la Metodología Lean creada por James P. Womack y Daniel T. Jones (Womack, 1996). Se inicia: con la **Creación de Valor** es cual es creado por el productor desde el punto de vista del cliente, el valor es el punto fundamental de lean que significa que el valor solo puede definirlo el consumidor final (cliente). El siguiente paso es la **Identificación de la Cadena de Valor** lo cual se refiere a identificar el conjunto de todas aquellas acciones específicas que agregan valor y reducir el muda o desperdicio. El tercer paso es el **Flujo** puesto que se han eliminado las etapas con mudas, ahora es hacer que las etapas creadoras de valor restantes fluyan a lo largo de la cadena de valor. El cuarto paso es **Jalar** lo cual es dejar que el cliente atraiga el producto (Pull) con sus necesidades, en lugar de empujar productos (Push) no deseados por el mismo. El último paso es la **Perfección**, los cuatro pasos anteriores forman un ciclo al buscar cumplir con las expectativas del cliente, por lo tanto la organización se mueve hacia la perfección en la búsqueda de la mejora continua.

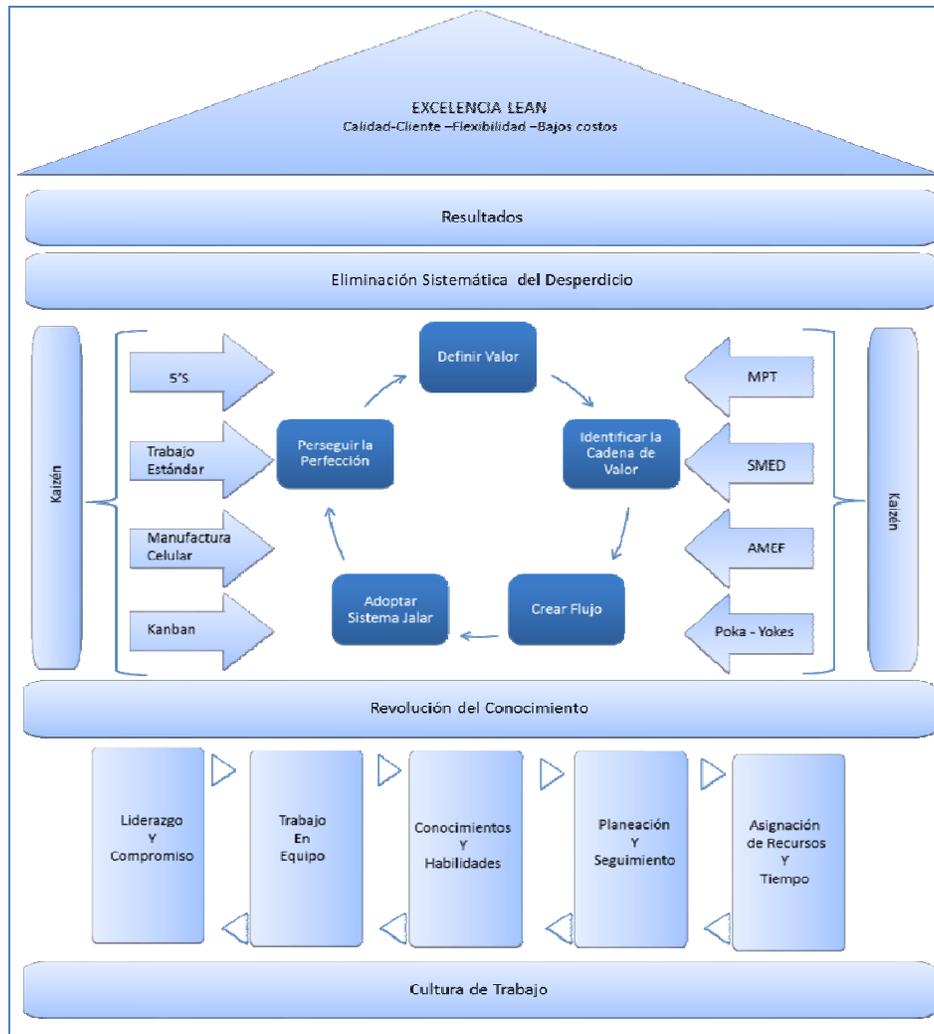
El proceso de los cinco pasos Lean (Womack, 1996) será efectuado mediante la utilización de las herramientas Lean (5'S, Trabajo Estándar, MPT, SMED, AMEF, Poka- Yokes , Kanban , Manufactura Celular) propuestas para las pymes del estado, el Kaizen toma un papel notable ya las herramientas y la metodología están inmersas a mejorarse continuamente es extremadamente efectivo para la mejora rápida de este proceso. Es necesario evaluar los resultados mediante el monitoreo constante, para lograr finalmente la excelencia Lean.

CONCLUSIONES:

1. La hipótesis de la investigación es **rechazada** puesto que solo el 4% de las pymes industriales tiene implantado Lean Manufacturing.
2. La estrategia utilizada para hacer frente a los retos competitivos es la adopción de sistemas de calidad, mediante la certificación del ISO: 9000 (diferentes versiones),

mientras solo el 4% aplica Lean para hacer frente a los retos competitivos como se mencionó con anterioridad

Imagen 1. Propuesta de Implantación Lean para las Pymes Industriales del Estado de Tlaxcala



Elaboración Propia

3. La problemática interna que presentan las pymes industriales son: la Fiabilidad y longitud en los plazos de entrega, demasiada complejidad del producto, y la falta en la previsión de la demanda. Mientras en la problemática interna de acuerdo a las exigencias del cliente son: Mayor calidad en los productos, precios más bajos y las modificaciones sobre las fechas de entrega pactadas.
4. La implantación de Lean Manufacturing en la pymes industriales se torna difícil puesto que solo existe una preocupación por la generación de utilidades, dejando al factor humano como un insumo más, no obstante, es posible aplicar Lean, el presente estudio muestra una propuesta, como una alternativa para el mejoramiento

de la posición competitiva de las pymes del estado, pero exige el romper con conceptos tradicionales fuertemente arraigados.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

Aguilar, P. R. (2002). Manufactura Delgada (Lean) y Seis Sigma en Empresas Mexicanas: Experiencias y Reflexiones. *Revista de Contaduría y Administración* , 51-69.

Benítez, G. E. (2006). Los retos de las PYMES Mexicanas frente a la Globalización . *Efectos de la Globalización en las Economías Intermedias* (págs. 1-15). México.D.F.: Universidad Autónoma de México.

Galgano, G. (2008). *Conocimiento, Aplicación y Resultados de Lean Manufacturing en Empresas Españolas* . Barcelona : Centro español de Logística.

BIBLIOGRAPHY \l 2058 González, M. A. (2005). Los procesos de gestión y la problemática de las PYMES. *Ingenierías*, 26-27.

Hirano, H. (1998). *Los Cinco Pilares de la Fabrica Visual* . España: Productivity.
México, L. E. (2011). Recuperado el 13 de 08 de 2011, de Lean Summit :
<http://www.lean.org.mx>

México, T. S. (2011). *The Shingo Prize for Operational Excellence*. Recuperado el 13 de 08 de 2011, de <http://www.shingoprizemexico.org/ElModelo>

Monterrey, I. T. (2011). *Seis Sigma Tecnológico de Monterrey* . Recuperado el 12 de 08 de 2011, de <http://6sigma.mty.itesm.mx/clients.html>

Socconini, L. (2009). *Lean Manufacturing*. Mexico : Grupo Editorial Norma.

Tlaxcala, G. d. (2010). *Gobierno del Estado de Tlaxcala: Cuna de la Nación* . Recuperado el 18 de 07 de 2011, de <http://www.tlaxcala.gob.mx/>

Womack, D. T. (1996). *Lean Thinking*. United States of America: Simon & Schuster.

Yokota, K. (2004). *Adaptación del Modelo Japonés de Producción a las Pymes Mexicanas* . México: Canacinfra-SE- JICA.

Acerca del Autores:

La Ing. Ind. Erika Gutiérrez Morales estudió Ingeniería industrial en el Instituto Tecnológico de Apizaco, Actualmente está cursando la Maestría en Ingeniería Administrativa la misma institución.

El Lic. Enrique Herrera Fernández estudió la Licenciatura en Economía en la Universidad Veracruzana, Veracruz. Actualmente está cursando la Maestría en Ingeniería Administrativa en el Instituto Tecnológico de Apizaco, Tlaxcala.

El Lic. Manuel Edmundo Cruz Sánchez estudió Negocios Internacionales en la Universidad Autónoma de Tlaxcala. Actualmente está cursando la Maestría en Ingeniería Administrativa en el Instituto Tecnológico de Apizaco, Tlaxcala.

EMPRENDIMIENTO EN LOS PRODUCTORES DE PLÁTANO MACHO FRITO DE PAPALOAPAN, OAXACA. RESULTADOS PRELIMINARES DE UN ESTUDIO DESCRIPTIVO.

Laura Azucena Huchín Flores
René Díaz Pichardo

arual_ahf@hotmail.com CIIDIR-IPN Unidad Oaxaca
renediazp@hotmail.com CIIDIR-IPN Unidad Oaxaca

Resumen:

Se presentan los resultados preliminares de un trabajo de investigación cuyo objetivo principal consistió en explorar el Emprendimiento en los Productores de plátano macho frito de Papaloapan, Oaxaca. Se entrevistó a 6 de los 9 productores que actualmente se dedican a la producción de plátano macho frito en Papaloapan. Las entrevistas aplicadas fueron semi-estructuradas, apoyadas en una guía de 11 preguntas diseñadas para este estudio. Los datos se recabaron generalmente con notas, en pocos casos se grabó la entrevista. El análisis de contenido se desarrolló manualmente, concentrando los datos en tablas para obtener puntos concretos en función a la guía de entrevista. Los resultados describen las características del emprendimiento existente entre los productores, las causas que derivaron en dichos emprendimientos y el funcionamiento de los mismos. Dado que la literatura no explica suficientemente el emprendimiento en esta localidad, los autores sugieren la Teoría Enraizada como un enfoque que posiblemente ayudará a una mejor comprensión de este fenómeno.

Palabras clave: Productores, Plátano Macho Frito, Emprendimiento, Teoría Enraizada.

Abstract:

This paper presents preliminary results of a research project whose main objective was to explore Entrepreneurship in Producers of banana chips in Papaloapan, Oaxaca. Interviews were conducted with 6 of 9 producers currently engaged in the production of banana chips in Papaloapan. Interviews were semi-structured based on a guide with 11 questions designed for this study. Data were mainly collected through field notes, and, in some cases, interviews were partially recorded in audio. A content analysis was carried out by codifying data according to categories in the interview guide. Results describe entrepreneurship in producers, the causes that led to these undertakings and the operation thereof. Since the literature does not explain adequately entrepreneurship in these local areas, the authors suggest Grounded Theory as a possible approach to achieve a better understanding of this phenomenon.

Key words: *Producers, Banana chips, Entrepreneurship, Grounded Theory.*

Introducción

En algunas ocasiones la teoría existente se queda corta para explicar la realidad, y el caso de los productores de plátano macho frito de la localidad de Papaloapan, Oaxaca, es un ejemplo de ello. Tras una revisión de la literatura referente a los emprendimientos y las características de los emprendedores, sorprende que los productores diverjan en ciertos aspectos. Esta situación exige una metodología de investigación que permita el desarrollo de categorías conceptuales y sus relaciones a partir de los datos en bruto (Thai & Chong, 2011). Se considera que la teoría enraizada responde apropiadamente a la necesidad planteada pues los investigadores tienden a usarla cuando tienen un interesante fenómeno sin explicación y lo que buscan es "descubrir la teoría de los datos" (Glaser & Strauss, 1967, p.1). En este trabajo se exponen los resultados preliminares de una investigación que se está llevando a cabo denominada "Emprendimiento y Desempeño Empresarial en los Productores de plátano macho frito de Papaloapan, Oaxaca. Un estudio exploratorio desde la Teoría Enraizada", con la cual se pretende realizar una tesis para obtener el grado de Maestro en Ciencias en Conservación y Aprovechamiento de Recursos Naturales, en la línea de investigación Administración de Recursos Naturales.

Revisión literaria

Origen del término Entrepreneurship

El *Entrepreneurship* no cuenta con una traducción a la lengua hispana generalmente aceptada por la comunidad científica, no obstante, entre las traducciones más usadas se encuentran: espíritu emprendedor, empresarialidad, emprendedurismo, actividad empresarial y emprendimiento.

La palabra *Entrepreneur* es de origen francés (Mill, 1848). Su significado en esta lengua es definido por Ray (1992, p.457, citado en Crissien, 2009) como el "personaje que dirige un negocio por su cuenta, refiriéndose a una empresa pequeña o a una importante", de la mano con ello, este mismo autor define a la empresa como "aquello que se propone hacer" (*idem*). Revisando el diccionario de la Real Academia Española (2010, s/p), se encuentra la definición de la palabra "emprendimiento" primeramente como la "acción y efecto de emprender" y después como "la cualidad del emprendedor".

Atendiendo a la definición del *Entrepreneur* según su origen (francés) y a su significado de acuerdo a la Real Academia Española, se rescata la alusión a la persona que realiza el emprendimiento pero también a la acción que desempeña. Es así como, en esta investigación, se utilizará el término "emprendimiento" toda vez que se haga referencia al *entrepreneurship*.

Teóricos relevantes del Emprendimiento

Tomando como base la revisión de la literatura referente a teóricos relevantes del emprendimiento, enseguida se presentan a los autores más citados en los diferentes *journals* académicos (según Rodríguez y Jiménez, 2005 citados en Crissien, 2009) en un afán de presentar un acercamiento importante para el entendimiento del emprendimiento como campo de estudio.

Para Cantillon (1680-1734), el emprendedor es un agente que compra medios de producción a ciertos precios, los transforma y combina en forma ordenada, obteniendo de allí un nuevo producto. El emprendedor a diferencia de otros agentes, toma el riesgo, es decir no tiene plena certeza, por ende es un agente tomador de riesgos que afecta el comportamiento de un mercado (citado por Thorton, 1988).

Smith (1776) abordó brevemente el tema del emprendimiento, bajo la palabra inglesa *Business Management*. Este autor apunta a obtener el máximo rendimiento de los recursos y así lograr el equilibrio económico. Incluye al emprendedor en el marco de los factores externos o fuerzas externas que afectan la dinámica económica.

Say (1803) planteó que un país que cuenta principalmente con comerciantes, industriales y agricultores será más próspero que uno que cuenta principalmente con individuos dedicados a las artes o las ciencias. El éxito emprendedor no solo aporta al individuo sino a la sociedad en general, por esto el emprendedor es un líder, previsor, tomador de riesgos, evaluador de proyectos que consigue y moviliza recursos de una zona de bajo rendimiento hacia la productividad.

En el caso de Mill (1848), por haber sido inglés de nacimiento, lamentó que en el idioma inglés no existiera una palabra con el mismo significado de la palabra francesa *entrepreneur*. A pesar de lo anterior, puntualizó la importancia del emprendimiento en el crecimiento económico y que el desarrollo del mismo requiere de habilidades no comunes en el sujeto que lo realiza.

La necesidad del emprendedor para la producción fue formalmente reconocida por primera vez por Alfred Marshall en 1890. Él introduce el concepto de que los factores de producción no son tres sino cuatro. A los factores tradicionales: Capital, Tierra y Trabajo agrega la Organización y la define como el factor coordinador el cual atrae otros factores y los agrupa. El emprendedor es el elemento que está detrás de la organización manejándola. Plantea que los emprendedores tienen como característica básica el liderazgo y actúan en condiciones de incertidumbre. Aun cuando comparte con otros autores que los emprendedores tienen ciertas habilidades natas, argumenta que las mismas se pueden aprender y se pueden adquirir.

Mises (1949) definió al emprendedor como un hombre que actúa de acuerdo con los cambios que tienen lugar en la información y datos de un mercado. El emprendimiento surge de lo que debería hacerse en contraposición de lo que se está haciendo, de tal forma que se identifican y satisfacen necesidades de los consumidores. Un factor distintivo del emprendedor es el estar alerta a los cambios y los percibe como oportunidad. Descubre los errores e ineficiencias y procura eliminarlos. El emprendedor descubre lo que otros han pasado por alto.

Kirzner (1979) planteó que la función empresarial en una sociedad económica no es fácil de entender. Lo explica mediante la definición del elemento empresarial en la acción individual humana. Esta se define como el elemento o núcleo del impulso y perspicacia que lleva a conseguir los recursos y los medios que se requieren para alcanzar unos objetivos planteados. Para Kirzner el empresario es quien mueve la sociedad de un estado de quietud (núcleo) o de no ganancia hacia el equilibrio gradual e incremental a medida que se perciben precios alternativos lo cual da pie al arbitraje de recursos.

En Schumpeter (1982) el emprendedor es concebido como el destructor creativo. Mediante la innovación, entendida como hacer algo nuevo ya sea un producto, un nuevo proceso o la

mejora de uno ya existente, se desequilibran los mercados. El empresario es el motor de la economía para este autor.

Weber (1984) plantea la tarea del emprendedor como una forma de vida, o una profesión de vida. Tiene como característica la perspicacia para el logro de riqueza y por ende tiene una conducta y una ética diferente adquiriendo códigos específicos para el logro del objetivo.

En Stevenson, H. H. y Jarillo, C. (1990) emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos disponibles y controlables en la actualidad. El emprendedor es un creador de empresa y busca la generación de riqueza. Una característica del empresario para que sea emprendedor es que sea innovador. Para este autor la innovación no es sólo de producto o servicio sino también de procesos o mercados. Hace diferencia entre el empresario exitoso y el ejecutivo exitoso.

Según Kunkel (2001), la actividad emprendedora es la renovación estratégica. Esta se define como la gestión del cambio radical y discontinuo. No importa que esta se realice dentro o fuera de una organización existente y así mismo que la misma genere una nueva entidad o negocio.

Druker es otro de los teóricos que plantea al emprendedor como un innovador. El empresario innovador busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad (Druker 1985). Define específicamente al emprendedor como el empresario innovador. Hace diferencia entre un pequeño negocio tradicional y un verdadero emprendimiento; el cual es aquel que genera cambios en los mercados (Druker 2002). No todo negocio es un emprendimiento innovador.

Discusión de la literatura del Emprendimiento

Las aportaciones de los teóricos citados permiten analizar al emprendimiento ya sea refiriéndose al acto de emprender o a las habilidades o características determinantes de un emprendedor. Sin embargo, la comunidad científica no se ha puesto de acuerdo, primeramente, sobre una traducción del término para la comunidad de habla hispana, así como tampoco se han hecho esfuerzos por aceptar y adecuarse a una definición de la acepción. Acciones como tales se pueden justificar hasta cierto punto si se está consciente de la complejidad del concepto y, derivado de ello, de la terminología más apropiada que comulgue con la conceptualización.

Se han hecho esfuerzos por diseñar un concepto holístico del emprendimiento. De acuerdo a María, A.; Ruiz, M. y Fuentes (2007) el emprendimiento se entiende como el “acto de un individuo fundador cuyas acciones están influenciadas por sus condiciones sociodemográficas, el capital humano y el capital social, un mosaico de propiedades del trabajo, experiencias del mercado y papeles en organizaciones” (p.13).

Uno de los conceptos más recientes del emprendimiento consiste en la capacidad para generar y crear nuevas iniciativas empresariales. Es señalado como uno de los aspectos que contribuyen al desarrollo económico, entre otras razones, por la generación de nuevos puestos de trabajo, aumento de la productividad, rejuvenecimiento de los tejidos socioproductivos y por la producción de nuevas ideas e innovación (Kantis 2002 y Viego 2004 citados en Lozano, 2009).

Una vez analizado el emprendimiento desde los aportes de los teóricos citados, la Tabla 1 agrupa tales aportes y permite visualizar el término en función a la actividad realizada pero también a las características del sujeto que las desempeña, convirtiéndolo un emprendedor.

Así mismo, estas contribuciones hacen flexible la concepción del emprendimiento desde un pequeño negocio que busca el equilibrio económico, hasta un gran negocio causante del desequilibrio en los mercados.

Tabla 1: Aspectos del Emprendimiento.

	Sujeto	Actividad
<p>Equilibrio económico. El efecto de la actividad económica desde este enfoque consiste en crear estabilidad económica y crecimiento económico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comprador de medios de producción (Cantillon, citado por Thorton, 1988). • Productividad (Say, 1803). • Cuarto factor de la producción (Marshall, 1890). • Satisfactor de necesidades de los consumidores (Mises, 1949). • Forma de vida, perspicacia al generar riqueza (Weber, 1984). 	<ul style="list-style-type: none"> • Productividad (Smith, 1776). • Crecimiento económico (Mill, 1848). • Equilibrio económico gradual incremental (Kirzner, 1979). • Perseguir la oportunidad más allá de los recursos disponibles y controlables (Stevenson y Jarillo, 1990).
<p>Desequilibrio económico. En este enfoque, los emprendedores provocan cambios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Destructor creativo (Schumpeter, 1982). • Diferencia al pequeño negocio tradicional de un “verdadero emprendimiento”. Genera cambios en los mercados (Druker, 1985). 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión del cambio radical y discontinuo. Renovación estratégica, fuera o dentro de la organización. Generación de una nueva entidad o negocio (Kunkel, 2001).

Fuente: elaboración propia a partir de Rodríguez y Jiménez, 2005 (citados en Crissien, 2009).

Objetivos

Objetivo General: Explorar el Emprendimiento en los Productores de plátano macho frito de Papaloapan, Oaxaca.

Objetivos Específicos:

- Describir el emprendimiento existente entre los productores.
- Identificar las causas que derivaron en las formas de emprendimiento existentes entre los productores.
- Entender cómo funcionan las formas de emprendimiento y qué restricciones tienen.

Preguntas de Investigación

Para lograr los objetivos planteados, se proponen las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Qué características tiene el emprendimiento existente entre los productores de plátano macho frito de Papaloapan?
- ¿Cuáles fueron las causas que derivaron en las formas de emprendimiento existentes entre estos productores?
- ¿Cómo funcionan estas formas de emprendimiento y qué restricciones tienen?

Material y Métodos

Tipo de estudio: el estudio fue de tipo prospectivo, exploratorio, descriptivo, transversal y observacional. Los datos se recogieron durante el proceso de investigación, a partir de un instrumento diseñado para tales fines, con objeto de especificar y describir el emprendimiento en determinados productores de plátano macho frito de Papaloapan, Oaxaca, sin hipótesis centrales, en un periodo de tiempo específico y sin hacer intervenciones. Como dato extraoficial, se conoce que actualmente alrededor de 9 familias se encuentran dedicadas a la producción de plátano macho frito en Papaloapan; al constituir un número reducido se encuentra adecuado estudiarlas a la luz del enfoque cualitativo.

Participantes: Se entrevistó a 6 de los 9 productores de plátano macho frito de la localidad de Papaloapan, ya que fueron quienes mostraron disponibilidad para el estudio. Las entrevistas se efectuaron en dicha localidad, en los hogares de cada productor. Además de la disponibilidad, los 6 productores presentaron las siguientes características: llevan a cabo su proceso de producción en sus hogares y estos hogares se encuentran ubicados en la localidad de Papaloapan, actualmente se dedican a la producción de plátano macho frito, operan en circunstancias similares (no están dados de alta en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, ejercen un modo de producción aprendido e implementado empíricamente y se organizan en función a la producción), e involucran a su familia en el proceso de producción. Cabe destacar que, en el transcurso de las entrevistas, participaron varios de los integrantes de la unidad productiva, es decir, la familia del productor, ya que complementaron algunas de las respuestas.

Instrumento: la recogida de datos se obtuvo a través del diseño y aplicación de una entrevista semi-estructurada a 6 productores de plátano macho frito de la localidad de Papaloapan. Atendiendo a los objetivos y preguntas de investigación, la guía de entrevista se integró de la siguiente manera:

Guía de entrevista semi-estructurada aplicada a los productores de plátano macho frito de Papaloapan.

1. ¿Cuál es la actividad preponderante en su familia que los provee de ingresos?
2. ¿Existen otras fuentes de ingresos familiares?, ¿Cuáles son?
3. ¿Qué tiempo tiene de conocer la actividad (producción de plátano macho frito)?
4. ¿Cuánto tiempo tiene con su negocio propio (producción de plátano macho frito)?

5. ¿Cómo aprendió a producir plátano macho frito?
6. ¿Cómo inició su negocio (producción de plátano macho frito)?
7. ¿Cómo se organiza para producir plátano macho frito?
8. ¿Cómo adquieren los insumos para producir plátano macho frito?
9. ¿Cómo produce el plátano macho frito (hasta su etapa final)?
10. ¿Cuáles son las variedades de plátano macho frito que produce?
11. ¿Cómo vende su producto?

Análisis de contenido: los datos fueron recogidos en su mayoría con notas y, en los casos donde el entrevistado lo autorizó, se gravó la entrevista. Estos datos se concentraron en tablas para obtener puntos concretos en función a la guía de entrevista. Cabe aclarar que el análisis se desarrolló manualmente y que, para fines de respaldo de la información, se capturó en formato de Word, perteneciente a la paquetería de Office. A partir de lo anterior se obtuvieron los resultados que se detallan en el siguiente apartado.

Resultados.

A) Características del emprendimiento

- Estas unidades productivas son generalmente *microempresas familiares* cuya *antigüedad promedio es de 3 años*.
- Este tipo de empresas no cuentan con registros contables (por no decir *ningún tipo de registro*) ni se encuentran registradas ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, por lo que no se consideran como generadoras de fuentes de empleo formal, aunque (por cada unidad) *en promedio proveen 5 fuentes de empleo cada una*.
- En el mes de agosto del 2011, mes en que se entrevistó a los productores, el *monto promedio del salario pagado por cada unidad productiva ascendió a \$2,247*.

B) Causas que derivaron en el emprendimiento

- Algunas familias han aprovechado en la formación de sus negocios de producción de plátano macho frito el que Papaloapan tenga como producción principal al plátano macho, pues *se abastecen de este principal insumo a precio directo del productor*.
- Según las entrevistas, los productores *identificaron una oportunidad de negocio* en la transformación del plátano macho en plátano macho frito. De hecho, la mayoría de los productores (4 de 6 entrevistados) señalaron que esta producción es su actividad preponderante, constituyendo su principal fuente de ingresos.
- Sólo uno de los productores entrevistados dijo que el negocio le fue *“heredado”* por su familia. El resto de los productores comentó haber *aprendido la técnica de producción de plátano macho frito empíricamente*, es decir, anteriormente trabajaron para otros productores y así fue como aprendieron y adquirieron experiencia.

C) *Funcionamiento del emprendimiento*

Insumos: La mayoría de los productores de plátano macho frito adquieren su insumo principal (plátano macho) en la misma localidad, no obstante, otros productores adquieren este insumo con proveedores que llegan a ofertar el plátano macho de Chiapas, sobre todo cuando el plátano macho de la localidad tiende a escasear por diversas circunstancias y los precios se disparan.

Debido a la falta de registros, se hicieron estimaciones de compra de plátano macho (como insumo principal), así como de la producción de plátano macho frito para el mes de agosto de 2011, a partir de los siguientes supuestos:

- El plátano macho (sin pelar) se compra comúnmente por tara (recipiente de 50 x 30 x 25 centímetros).
- Cada tara contiene aproximadamente 75 plátanos (sin pelar) de tamaño medio.
- Después de pelar los plátanos, éstos abarcan menos espacio en la tara. Como resultado de ello, cada tara contiene aproximadamente 20 kilogramos de plátano macho.
- El costo promedio de la tara es de \$90.00.
- Las bolsas de plátano macho frito contienen, en promedio, 150 gramos.

Una vez asumidos dichos supuestos, se obtuvieron las siguientes estimaciones:

Tabla 2: Consumo de plátano macho y producción total de plátano macho frito en el mes de agosto de 2011, desglosado por origen del plátano.

Unidades de medida	Papaloapan	Chiapas	Total
Plátano macho empleado en la producción de plátano frito (datos en kilogramos)	5,360	1,360	6,720
Producción de plátano macho frito (datos en bolsas de 150 gramos)	13,400	4,200	17,600
Producción de plátano macho frito (datos en kilogramos)	2,010	630	2,640

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas realizadas con productores de plátano macho frito de Papaloapan.

De acuerdo con la Tabla 2, en el mes de agosto, 4 de los 6 productores de plátano macho frito adquirieron el 79.76% de su insumo principal con los productores locales de plátano macho, los otros 2 productores fueron abastecidos por los productores de plátano macho de Chiapas. Considerando la utilización del insumo principal para la producción del plátano macho frito, durante el mes de agosto de 2011, 6.72 toneladas fueron destinadas a la producción de 17,600 bolsas de plátano macho frito de 150 gramos cada una, el equivalente a 2.64 toneladas de plátano macho frito.

Proceso: La producción de plátano macho frito se lleva a cabo en los hogares de los productores. La forma en que producen no es estandarizada, sino de acuerdo con la experiencia de cada productor. El plátano macho frito generalmente se rebana de manera longitudinal y tiene tres tipos de variedades: salado (plátano macho verde), dulce (plátano macho maduro) y enchilado (plátano macho verde espolvoreado con chile). Estas variedades de plátano macho frito comúnmente se observan contenidas en bolsas de celofán

con capacidad de 1.5 kilogramos (son amplias para cuidar que no se quiebre el plátano macho frito), selladas en el extremo superior. Los productores no pesan su producto al ser embolsado, sin embargo, en su experiencia estas bolsas contienen aproximadamente 150 gramos de plátano macho frito. Cabe destacar que el producto como tal no cuenta con una marca ni con una etiqueta de información nutrimental.

Venta del producto: La venta del producto recae en los intermediarios, son raros los casos en los que el mismo productor distribuye su producto personalmente al cliente directo. Según la Tabla 3, el 27% de la producción de plátano macho frito vendida en el mes de agosto de 2011 se distribuyó a nivel local, mientras el 73% de la producción se comercializó en otras ciudades de los estados de Oaxaca y Veracruz. El estado de Veracruz (Puerto de Veracruz y San Andrés Tuxtla) compró el 41% del plátano macho frito producido por los productores participantes en el estudio, mientras que la ciudad de Oaxaca consumió el 32% de la producción. Es decir, el 59% de la producción de plátano macho frito fue vendida dentro del estado de Oaxaca.

Tabla 3: Venta de plátano macho frito de los productores participantes.

Unidades de medida	Oaxaca de Juárez, Oaxaca.	San Andrés Tuxtla, Veracruz	Puerto de Veracruz	Local	Total
Producción de plátano macho frito (datos en bolsas de 150 gramos)	5,600	4,000	3,200	4,800	17,600
Producción de plátano macho frito (datos en kilogramos)	840	600	480	720	2,640
Porcentaje	31.80%	22.72%	18.18%	27.30%	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de entrevistas realizadas con productores de plátano macho frito de Papaloapan.

El precio de venta del plátano macho frito de Papaloapan es establecido por el mercado y no ha variado en los últimos dos años. Llama la atención que el precio al mayoreo sea el mismo que el precio al menudeo, mismo que asciende a \$6.00 por bolsa de 150 gramos. En ocasiones los productores deben bajar el precio de venta de su producto llegando a ofrecerlo hasta en \$5.00. De acuerdo a esto, se estima que, en el mes de agosto de 2011, los productores participantes obtuvieron un ingreso promedio de \$17,600.00 cada uno.

Conclusiones

Tras haber efectuado el análisis de contenido y la interpretación de los datos obtenidos a partir de la entrevista semi-estructurada aplicada a los participantes del estudio, se logró describir, más no especificar, el emprendimiento en determinados productores de plátano macho frito de Papaloapan, Oaxaca. La falta de consenso en la generación y aceptación del emprendimiento contribuyó a los primeros tropiezos en aras de tratar de especificar (explicar) el emprendimiento en determinados productores de plátano macho frito de Papaloapan, Oaxaca.

Es importante reconocer también las limitaciones de la literatura actual al tratar de explicar el emprendimiento en la realidad de estos espacios locales, dado que los estudios se han centrado más en describir y explicar estas variables en contextos urbanos, economías desarrolladas y generalmente en grandes empresas. Al identificarse una brecha en la investigación, es decir, que la teoría no alcance a explicar la realidad en estos espacios locales (Eisenhardt y Graebner, 2007), esta situación exige una metodología de investigación que permita el desarrollo de categorías conceptuales y sus relaciones a partir de los datos en bruto (Thai & Chong, 2011).

Se considera que la teoría enraizada responde apropiadamente a la necesidad planteada pues los investigadores tienden a usarla cuando tienen un interesante fenómeno sin explicación y lo que buscan es "descubrir la teoría de los datos" (Glaser & Strauss, 1967, p.1). Dado lo anterior, se concluyó que esta investigación afinará su enfoque metodológico con la finalidad de alcanzar sus objetivos planteados. Según la literatura consultada, se encuentra apropiado hacerlo con la metodología sugerida por la teoría enraizada (Strauss & Corbin, 1998). Para finalizar, se detallan algunos argumentos del por qué usar el enfoque de la teoría enraizada como solución al logro de los objetivos de la investigación.

- La teoría enraizada es especialmente adecuada cuando "el tema de interés ha sido relativamente ignorado en la literatura o se ha dado sólo una atención superficial" (Goulding, 2002, p. 55).
- Esta teoría es útil para el propósito de investigación planteado, es decir, para generar una teoría que pueda responder al cómo y por qué (Patton, 2002, citado en Suddaby, 2006).
- La teoría enraizada permite a los investigadores generar teorías que "(1) permiten una explicación de la conducta, (2) son útiles en el avance de la teoría, (3) son aplicables en la práctica, (4) proporcionan una perspectiva sobre el comportamiento, (5) guía y proporciona un estilo para la investigación en áreas específicas de comportamiento, y (6) proporciona información clara y suficientes categorías e hipótesis cruciales que se pueden verificar en la investigación actual y futura" (Goulding, 2002, p. 43).

Referencias bibliográficas

Libros:

Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. Harper y Row. Nueva York, USA.

Drucker, P. (2002). *The Effective Executive*. Harper Business Essentials.

Glaser, B. G. & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. New York: Aldine.

Goulding, C. (2002). *Grounded theory: A practical guide for management, business and market researchers*. London: Sage.

Kirzner, I.M. (1979). *Perception, Opportunity and Profit. Studies in the theory of entrepreneurship*. The University of Chicago Press, Chicago.

Mill, J.S. (1848). *Principles of Political Economy with Some of Their Applications to Social Philosophy*. London: John W. Parker.

Mises, L. (1949). *Human Action*. New Haven: Yale University Press.

Say, J.B. (1803). *Traité d'économie politique: ou, simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent et se consomment les richesses*. Translation: *Treatise on Political Economy: On the Production, Distribution and Consumption of Wealth*, Kelley, New York: 1964 (1st edition: 1827).

Schumpeter, J.A. (1982). *Historia del Análisis Económico, 2da Edición*. Madrid: Ariel.

Smith, A. (1776). *An Enquiry Into the Nature and Cause of the Wealth of Nations*, London: Edwin Cannan. Also: London: Methuen (1950), Irwin (1963). Reedited in two volumes. See esp.: edition by James E. Thorold Rogers. Oxford: Clarendon Press (1869).

Stevenson, H. H. & Jarillo, C. (1990). *A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial*.

Strauss, A. & Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. 2ª edición. © Sage Publications Thousand Oaks London New Delhi.

Thorton, M. (1988). *The origin of economic theory: A portrait of Richard Cantillon (1680-1734)*.

Weber, M. (1984). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Trad. José Chávez.

Artículos:

Crissien, J.O. (2009). Investigando el Entrepreneurship tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia. *Revista EAN*. Num. 66, pp 67-84.

Eisenhardt, K. & Graebner, M. (2007). Theory building from cases: opportunities and challenges. *Academy of Management Journal*. Num. 1, Vol. 50, pp 25-32.

Kunkel, S. (2001). Toward a Typology of Entrepreneurial Activities. *Academy of Entrepreneurship Journal*, Num. 1, Vol. 7.

Lozano, K.M. (2009). Los procesos de desarrollo local y el fomento de la empresarialidad: experiencias a partir del análisis en la industria mueblera del estado de Jalisco. *Revista Pueblos y Fronteras Digital*. Num. 6, pp. 1-33. Universidad Nacional Autónoma de México. México.

Suddaby, R. (2006). From The Editors: What Grounded Theory Is Not. *Academy of Management Journal*. Num.4, Vol. 49, pp 633-642.

Thai, Mai Thi Thanh & Chong, Li Choy (2011). The Internationalization of Small and Medium-Sized Enterprises Based in Transition Economies. *Academy of Management-Details for Best Paper Submission #12560*. Proceedings including Best Papers (Editor: Leslie Toombs).

Memorias de congresos:

María, A.; Ruiz, M. y Fuentes, M. (2007). *¿En búsqueda de un paradigma? Reenfocando el programa de investigación en Entrepreneurship*. Memoria académica (ISBN 978-84-7356-500-4.) Empresa global y mercados locales: XXI Congreso Anual AEDEM, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, España. Coord. por Carmelo Mercado Idoeta, Vol. 2.

Fuentes electrónicas

Real Academia Española (2010). *Diccionario de la Lengua Española - Vigésima Segunda Edición*. Recuperado el 6 de octubre de 2011, de http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=emprendimiento

CALIDAD EN EL SERVICIO COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA

Dr. Federico González Santoyo
Dr. Juan Carlos Huéramo Romero
C. a Dra. Matilde Mejía Mondragón

fsantoyo@umich.mx
juancarloshueramo@hotmail.com
mejiamatilde@hotmail.com

U.M.S.N.H.
U.M.S.N.H.
U.M.S.N.H.

Resumen

La calidad y la competitividad son exigencias crecientes para las organizaciones en un mundo cada día más globalizado.

En ocasiones estas actividades no se han desarrollado a partir de un entendimiento profundo de lo que está ocurriendo en el interior y exterior de la organización, se han pasado por alto aspectos tan básicos como entender por qué la calidad y la satisfacción del cliente son factores clave de la competitividad.

La alta dirección no ha estado convencida realmente de la necesidad de cambiar y mejorar de fondo, ha faltado disciplina, visión y conocimiento para encabezar un verdadero plan de mejora. En ocasiones los esfuerzos y objetivos de la calidad han estado desvinculados de las metas y objetivos globales de la organización.

La calidad en el servicio es una necesidad plenamente vigente ya que, como nunca antes, se requiere hacer las cosas mejor, más rápidas y más baratas, considerando para ello los tiempos, las oportunidades y la flexibilidad de entrega.

La calidad es la clave para lograr competitividad. Con una buena calidad es posible captar un mercado y mantenerse en él.

Palabras clave: Calidad y Competitividad.

Abstract

The quality and competitiveness are growing demands for organizations in an increasingly globalized world.

Sometimes these activities have not been developed from a deep understanding of what is happening inside and outside the organization, they have overlooked such basic issues as understanding why quality and customer satisfaction are key factors of competitiveness.

Top management has not really been convinced of the need for substantive change and improve, it has lacked discipline, vision and knowledge to lead a real plan for improvement. Sometimes the efforts and quality goals have been unrelated to the overall goals and objectives of the organization.

The service quality is a must in full force because, as never before required to do things better, faster and cheaper, taking into consideration the time, opportunity and flexibility of delivery.

Quality is the key to competitiveness. With a good quality is possible to capture a market and stay there.

Key words: Quality and Competitiveness.

Introducción

Es necesario que las organizaciones redoblen sus esfuerzos para hacer las cosas mejor, más rápido y en forma más económica.

Cada día es más claro que la riqueza se genera a partir de intangibles como el conocimiento y la información; y de ellos se derivan aspectos como: liderazgo, mejora de la calidad y la productividad, conocimiento del cliente (atención, nichos de mercado), logística (flujos de mercancías, energía e información), alianzas entre empresas, distribución de productos y nuevas formas de hacerlos llegar a los clientes, así como innovación, investigación y desarrollo.

La búsqueda por hacer las cosas mejor, más rápido y a un menor costo, mediante los tres componentes de una estrategia de calidad: innovación, control y mejora, también ha provocado un cambio continuo en los conceptos y métodos de la calidad.

El concepto de calidad evolucionó de una perspectiva estrecha y centrada en la manufactura a una intervención en los esfuerzos por la calidad en áreas como diseño, ingeniería, planeación y actividades de servicio.

En la década de 1980, se tomó plena conciencia de la importancia estratégica de la calidad, de su mejora y de la satisfacción del cliente. Muchas empresas y organizaciones del mundo occidental iniciaron sus programas de gestión de la calidad total como una acción estratégica para mejorar su competitividad.

Al final de la década de 1990, el movimiento por la calidad llevaba en occidente casi 20 años. Durante este tiempo se había desarrollado una conciencia clara en las principales organizaciones de que la calidad es un asunto estratégico, una ventaja competitiva y una oportunidad de negocio.

Competitividad y Calidad

Competitividad

La competitividad se entiende como la capacidad de una empresa para generar un producto o servicio de mejor manera que sus competidores. Esta capacidad resulta fundamental en un mundo de mercados globalizados, en los que el cliente por lo general puede elegir lo que necesita de entre varias opciones.

Se es más competitivo cuando se ofrece mejor calidad a bajo precio y con un buen servicio. La calidad está dada por las características, los atributos y la tecnología del producto mismo; en tanto, el precio es lo que el consumidor final paga por el bien, y la calidad del servicio la determina la forma en que el cliente es atendido por la empresa.

Un asunto cada vez más crítico en relación con la calidad del servicio es la rapidez con la que se hacen las cosas, lo cual influye en el tiempo de entrega. La rapidez con la que se hacen las cosas resulta fuertemente influida por la eficacia y coordinación de las diferentes tareas, y por dejar de hacer actividades que no agregan valor al producto.

La competitividad se define como la capacidad de una empresa de generar valor para el cliente, los proveedores y los accionistas, de mejor manera que sus competidores. Esta capacidad se manifiesta por:

- Calidad y diferenciación del producto o servicio;
- Precio y términos de pago;

- Calidad en el servicio, que incluye tiempos, oportunidad y flexibilidad de entrega, además de apoyo en refacciones y reparaciones, soporte en capacitación para el uso del producto y para conocer sus potencialidades.

Una organización, cualquiera que sea la actividad que realiza, si desea mantener un nivel adecuado de Competitividad a largo plazo, debe utilizar antes o después, unos procedimientos de análisis y decisiones formales, encuadrados en el marco del proceso de Planeación Estratégica. La función de dicho proceso es sistematizar y coordinar todos los esfuerzos de las unidades que integran la organización encaminados a maximizar la eficiencia global.

Porter M. (1991) "Son las empresas y no las naciones quienes compiten en los mercados trasnacionales".

Considera la unidad básica de análisis para comprender la competencia es el sector, entendiendo este como el grupo de competidores que fabrican productos o prestan servicios y compiten directamente unos con otros.

García S. G. (1993), señala que la Competitividad en principio es la capacidad de la empresa para hacer un cliente con respecto a sus competidores, dentro de un mercado de economía abierta.

Fundamenta su éxito en una relación comercial continua y duradera.

Porter M. (1996) Las ventajas competitivas son el resultado de la capacidad de una empresa de lidiar con las cinco fuerzas mejor que sus rivales, llevando estas ventajas a que la empresa pueda tener liderazgo en costo y/o diferenciarse en costo.

OCDE (1997) Define a la Competitividad como una capacidad de la empresa, industria, región o nación para generar ingresos y niveles de empleo altos de una manera sostenible, estando expuesta a la competencia internacional.

Oster S. (2000) Considera la ventaja competitiva como las características de una organización que permiten que supere el desempeño de sus rivales en la misma industria.

Biasca R. (2001) La situación competitiva es una foto en un momento determinado, la cual exige realizar un benchmarking (observar en los procesos clave la brecha entre los indicadores de la empresa y los de las empresas mejores del mundo "best practice"), la situación resultante puede deteriorarse si no se hace nada o si el contexto cambia bruscamente.

Luftman Jerry N. (2001), menciona que ante una competencia global, un cambio acelerado en las tecnologías de información y procesamiento, y rápidas variaciones en las demandas de los consumidores, las empresas están acudiendo a miles de nuevos programas para transformar sus organizaciones y recuperar su ventaja competitiva.

Entre las formas más usadas se tiene la administración de la Calidad Total, la reingeniería, la potenciación de facultades, el rediseño del trabajo y nuevos programas de compensación.

Luchi R. Paladino M. (2001) En su análisis a la empresa Argentina, consideran que hay un cambio en el paradigma de competencias de las empresas, pasan de competir por precios y Calidad, a competir por servicios, con una creciente importancia del sistema logístico. En el campo de servicios, también se busca implementar la Calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

Bonales J., Sánchez M. (2003), consideran la Competitividad como una actitud para competir, que lleva implícito en primer lugar el querer competir y en segundo lugar la capacidad para hacerlo.

Ser competitivo implica ofrecer Calidad y servicio a la altura de las mejores Organizaciones.

Esta Competitividad puede ser a nivel país, empresa y personal.

Huerta E. (2003) La posición competitiva de cada organización se define a partir de su situación con relación a cada uno de estos tres ejes estratégicos: eficiencia, Calidad y flexibilidad.

Villarreal R. (2004) La Competitividad no es sólo el tener altos niveles de productividad asociado al mejor posicionamiento empresarial en los mercados mundiales, ya que el entorno local, regional, nacional e internacional es determinante, de tal forma que si no existe una visión sistémica de la Competitividad de las empresas y del desarrollo de todo país, no se podrá sustentar la Competitividad en el corto, mediano y largo plazo.

Villarreal R. Villeda R. (2006) La Competitividad de una industria es la capacidad que tienen las empresas de un sector particular para alcanzar un crecimiento sostenido respecto a sus competidores foráneos, y a nivel país será la capacidad para colocar su producción en los mercados nacionales e internacionales bajo condiciones leales de competencia y traducirlo en bienestar para su población.

Se da a tres niveles, a nivel Micro empresarial se centra en la obtención de una mayor participación en el mercado y a obtener una mayor ganancia; a nivel Meso, se disputan los apoyos a las inversiones, exenciones fiscales y rebajas en costos de producción; y a nivel Macro el desarrollo de empresas nacionales o domésticas que puedan competir con las extranjeras.

Bartres R. García L. (2006) Es la capacidad de lograr y retener una participación en la oferta de bienes y servicios en un mercado determinado, por tanto, es un concepto que cobra realidad sólo con referencia a un campo industrial particular.

Hernández F. (2006) El concepto de ventaja competitiva de la empresa es una característica esencial que le permite a la empresa generar una posición para poder

competir. Esa capacidad para competir proviene de circunstancias locales y de las estrategias de la empresa.

Calidad

Respecto a la calidad existen varias definiciones; para Juran (1990): “Calidad es que un producto sea adecuado para su uso. Así, la calidad consiste en ausencia de deficiencias en aquellas características que satisfacen al cliente”.

La American Society for Quality (ASQ) señala: “Calidad es un término subjetivo para el que cada persona o sector tiene su propia definición. Es un sentido técnico, la calidad puede tener dos significados: 1) son las características de un producto o de un servicio que influyen en su capacidad de satisfacer necesidades implícitas o específicas; 2) Es un producto o un servicio libre de deficiencias”.

Por su parte la norma ISO-9000:2005 define calidad como “el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos”, entendiendo requisito como una necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria.

La Organización Internacional de Estandarización (1993), menciona que "la Calidad es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren su aptitud de satisfacer unas necesidades expresadas o implícitas".

Feigenbaum A. (2001) menciona que finalmente la Calidad es lo que hace que un cliente vuelva a consumir el producto o servicio que compró por una segunda, tercera o más veces.

El logro y la conservación de la misma en niveles aceptables para los clientes es una determinante fundamental para el crecimiento, salud y viabilidad económica de los negocios.

Kotler, Bowen y Markens (2003) mencionan que uno de los grandes beneficios de realizar las cosas con Calidad es el lograr la lealtad de los clientes y estos a su vez promocionarán el producto o servicio, creando una publicidad de boca en boca, lo cual resulta positivo porque en algunos estudios se ha visto que es cuatro o cinco veces más caro atraer a un cliente nuevo que mantener al existente.

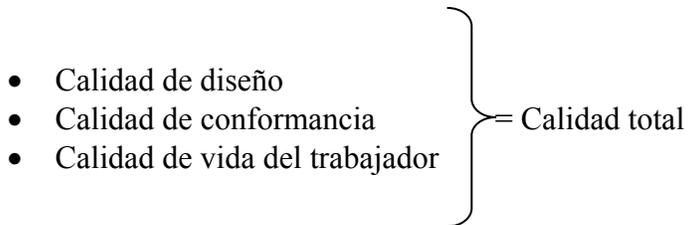
Además de este beneficio existen otros como el poder evitar los precios de la competencia ya que el cliente está dispuesto a pagar mientras se cumplan sus sueños y expectativas así como el hecho de contar con Calidad hace que una empresa pueda retener a sus empleados porque su trabajo se vuelve una experiencia que disfrutan y un reto diario entre otros.

“Calidad significa conformidad con los requisitos” Crosby P. (1987)

"Calidad total es liderazgo de la marca en sus resultados al satisfacer los requisitos del cliente haciendo la primera vez bien lo que haya que hacer". Juran J. (1990)

"Calidad significa lo mejor para ciertas condiciones del cliente. Estas condiciones son: a) el uso actual y b) el precio de venta del producto". Feigenbaum A. (2001)

De acuerdo a las diferentes filosofías de la Calidad ésta está integrada por 3 características básicas.



Para una mejor comprensión de estos definiremos cada uno de los conceptos que engloba la "Calidad total".

Calidad de diseño. Aquí se determina el que producto y/o servicio producir y cómo hacerlo. Así como los materiales que se utilizaran en su realización y los procedimientos para realizarlos. La Calidad de diseño es básicamente la adecuación del producto y/o servicio a las necesidades y requerimientos del consumidor.

Calidad de conformancia. Esto se refiere básicamente al grado en que el producto o servicio cumple con los estándares o normas establecidas de Calidad. En este concepto la frase de "hacer las cosas bien a la primera vez" queda perfectamente, ya que esta Calidad de conformancia se enfoca a la manera de hacer las cosas; con los materiales correctos, maquinaria y equipo en buen estado, personal capacitado y motivado, entre otros conceptos.

Calidad de vida del trabajador. Tenemos que darles a los trabajadores de todos los niveles un clima organizacional óptimo, ya que de eso depende el buen desempeño de los trabajadores. De esta manera tenemos como resultado.

$$\begin{array}{l} \text{Calidad =} \\ \text{Total} \end{array} \quad \begin{array}{l} \text{Calidad de diseño + Calidad de Conformancia + Calidad} \\ \text{de vida del Trabajador} \end{array}$$

En términos menos formales, la calidad la define el cliente, ya que es el juicio que éste tiene sobre un producto o servicio que por lo general es la aprobación o rechazo. Un cliente queda satisfecho si se le ofrece todo lo que él esperaba encontrar y más. Así, la calidad es ante todo la satisfacción del cliente, la cual está ligada a las expectativas que éste tiene sobre el producto o servicio. Tales expectativas son generadas de acuerdo con las necesidades, los antecedentes, el precio, la publicidad, la tecnología, la imagen de la empresa, etc. Se dice que hay satisfacción si el cliente percibió en el producto o servicio al menos lo que esperaba.

Una forma de ver la calidad en donde se integran varios de los elementos anteriores es definiéndola como “la creación de valor para el cliente” y este valor se debe ver como el resultado del siguiente cociente:

$$\text{Valor} = \frac{\text{Atributos del producto + imagen + relaciones}}{\text{Precio}}$$

Donde los atributos del producto se refieren a las características del producto mismo que influyen en su funcionamiento tanto presente como futuro, así como en su estética.

La imagen (o reputación) es el prestigio actual de la organización según la percepción y opinión del cliente, y es el resultado de la historia de la organización a los ojos del mercado que atiende.

Las relaciones, las cuales están determinadas por la calidad en el servicio y en general por la calidad en las relaciones que la empresa mantiene con los diferentes actores o factores externos; por ejemplo, clientes, cadena de distribución, proveedores, comunidad, otros competidores, oficinas gubernamentales, etc.

El precio que el cliente paga por el producto, para así obtener el valor que el cliente percibe por lo que pagó.

Una visión actual del concepto de calidad indica que calidad es entregar al cliente no lo que quiere, sino lo que nunca se había imaginado que quería y que una vez que lo obtenga, se dé cuenta que era lo que siempre había querido.

El servicio de calidad al cliente

Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o el servicio básico. Para dar el mejor servicio se debe considerar el conjunto de prestaciones que el cliente quiere:

- El valor añadido al producto.
- El servicio en sí.
- La experiencia del negocio.
- La prestación que otorga al cliente.

Necesidades básicas del cliente

Las principales necesidades básicas de un cliente son:

- Ser comprendido.
- Sentirse bienvenido.
- Sentirse importante.
- Sentir comodidad.
- Sentir confianza.
- Sentirse escuchado.

- Sentirse seguro
- Sentirse valioso.
- Sentirse satisfecho.

Aseguramiento de la Calidad

El aseguramiento de la calidad, se puede definir como el esfuerzo total para plantear, organizar, dirigir y controlar la calidad en un sistema de producción con el objetivo de dar al cliente productos con la calidad adecuada. Es simplemente asegurar que la calidad sea lo que debe ser.

En las industrias manufactureras se crearon y refinaron métodos modernos de aseguramiento de la calidad. La introducción y adopción de programas de aseguramiento de la calidad en servicios, ha quedado a la zaga de la manufactura, quizá tanto como una década.

Los administradores de organizaciones de servicio por costumbre han supuesto que su servicio es aceptable cuando los clientes no se quejan con frecuencia. Sólo en últimas fechas se han dado cuenta que se puede administrar la calidad del servicio como arma competitiva.

Aseguramiento de la calidad en manufactura. Garantizar la calidad de manufactura está en el corazón del proceso de la administración de la calidad. Es en este punto, donde se produce un bien o servicio, donde se "inter construye" o incorpora la calidad

La importancia de la gestión de la calidad del servicio

La importancia de la calidad en el servicio se puede entender por las siguientes razones:

- Crecimiento de la industria del servicio.
- Crecimiento de la competencia.
- Mejor conocimiento de los clientes.
- Calidad de servicio hacia el cliente, quedando satisfecho según su perspectiva.

El servicio de atención al cliente

Para poder realizar una adecuada atención al cliente se debe:

- Identificar quienes son los clientes.
- Agruparlos en distintos tipos.
- Identificar las **necesidades** de los clientes, así como **saber** dónde y cómo lo quieren los clientes además del aumento en cuanto a la productividad, es esencial para toda empresa.

Calidad y excelencia en la atención y el servicio al cliente

Las habilidades personales, son básicas para el fomento de una buena comunicación que debe derivar en una relación cordial con los clientes. Las habilidades técnicas nos permiten satisfacer las necesidades de los clientes en relación con los productos, los procesos, y en general, las exigencias de los clientes en relación con nuestra empresa y nuestro trabajo. Las habilidades personales resultan ser la base de una buena "Atención al cliente" y las técnicas en un buen "Servicio al Cliente". Al final del proceso, al cliente le interesan los dos, la Atención y el Servicio, y sólo así se pueden satisfacer sus necesidades, sus expectativas y superar éstas últimas. Si así lo hacemos, satisfacer, tanto, las necesidades como las expectativas en un proceso integral, lo que le estamos entregando al cliente es una Atención y un Servicio con alta Calidad. Y si superamos las expectativas, satisfaciendo siempre con calidad las necesidades de los clientes, lo que estamos brindando es una Atención y un Servicio al Cliente con Excelencia.

La calidad no se ha convertido únicamente en uno de los requisitos esenciales del producto sino que en la actualidad es un factor estratégico clave del que dependen la mayor parte de las organizaciones, no solo para mantener su posición en el mercado sino incluso para asegurar su supervivencia.

Los maestros de la Calidad

Edward Deming. Considerado el Padre de la Administración Moderna. Estableció el siguiente planteamiento:

Cuando se mejora la calidad se logra que:

- Los costos disminuyen debido a menos procesos.
- Existen menor número de errores.
- Hay menos demora y obstáculos.
- Mejor utilización de las máquinas, del tiempo y de los materiales.

Joseph Juran. En los años 50's enseñó en Japón conceptos de la administración por calidad. El enfoque de Juran sobre la calidad se basa en lo que se llama la "Trilogía de Juran", esto es, que divide el proceso en:

- Planeación de la Calidad:
- Control de Calidad:
- Mejora de la Calidad

Philip Crosby. Sus principales aportaciones fueron respecto a la Administración de la Calidad:

- Calidad significa conformidad con los requisitos, no elegancia.
- No existen los llamados “problemas de calidad”.
- La economía de la calidad no existe; siempre es más barato hacer bien el trabajo desde la primera vez. (La calidad no cuesta).
- La única medida de desempeño es el costo de la calidad, que es el gasto derivado de la No Conformidad.
- La única forma de desempeño es “Cero defectos”.

A.V. Feingenbaum. En 1956 introdujo por primera vez la frase “control de calidad total”. Sus aportaciones fueron tres pasos hacia la calidad:

1. Liderazgo de Calidad
 - Un esfuerzo continuo en la administración se basa en la planeación en lugar de en la reacción ante las fallas.
 - La administración debe mantener un enfoque constante y guiar el esfuerzo de calidad.
2. Tecnología de Calidad Moderna
 - Los problemas deben resolverse en conjunto todas las áreas de la empresa, quienes evalúan el implementan en forma continua técnicas nuevas para satisfacer a los clientes en un futuro.
3. Compromiso de la Organización
 - Se refleja en la capacitación continua y la motivación.
 - Así como en una integración de calidad en la planeación del negocio.

Kauro Ishikawa. Sus principales aportaciones fueron:

- La calidad empieza y termina con la educación.
- El primer paso de la calidad es conocer las necesidades del cliente.
- El estado ideal de control de calidad, ocurre cuando la inspección ya no es necesaria.
- Eliminar la causa original y no los síntomas.

Genichi Taguchi. Sus principales aportaciones:

- Explicó el valor económico de reducir la variación.
- Cuanto menor sea la variación con la especificación, mejor será la calidad.

Shigeo Mizuno. Sus ideas son muy similares a las de Ishikawa:

- Propone el despliegue de políticas de calidad como un enlace entre la alta administración y las decisiones estratégicas de la organización con la operación de la misma.
- Es conocido por la herramienta QFD (Quality Function Deployment)
- Utiliza conceptos del pensamiento sistémico.

- Resalta la importancia de extender la calidad a toda la organización.

Shigero Shingo. Principales aportaciones:

- La mayoría de sus aportaciones son en el área de “optimización” y no tanto en Administración de la Calidad Total.
- Se desencantó del “Control Estadístico de Calidad” e implementó sistemas como:
 - El método del Poka-Yoke. Que se detecten los defectos de producción y lo informen de inmediato para ir a la causa del problema y evitar que vuelva a ocurrir.
 - El método SMED. Cambio rápido de instrumental.

John S. Oakland. Se centró en la Administración por Calidad Total, considerando los siguientes puntos:

- Toda organización necesita un marco de referencia, definido que incluya una filosofía guía, valores y creencias fundamentales y un propósito combinado con la declaración de la misión.
- Desarrollar estrategias claras y efectivas, con planes para lograr la misión de los objetivos.
- Identificar los factores de éxito y procesos críticos.
- Revisar la estructura administrativa para establecer equipos de mejora de calidad en toda la compañía.
- Empowerment: alentar la participación de los empleados en la toma de decisiones.
- Adoptar la filosofía de cero defectos/errores para cambiar la cultura de calidad a la de hacerlo bien en la primera ocasión.
- Entender la relación cliente-proveedor interno.
- Observar el costo total del ciclo de vida de los productos y servicios antes de comprar.

Thomas Peters. Se enfocó en el desarrollo de un modelo de trabajo de “Excelencia Organizacional” que consiste en 8 principios:

- Predisposición para la acción.
- Acercamiento al cliente.
- Autonomía y espíritu empresarial.
- Productividad por el personal.
- Movilización alrededor de un valor clave.
- Mantenimiento de la destreza central.
- Estructura simple y poco personal.
- Flexibilidad y rigor simultáneos.

Conclusiones

El servicio al cliente no es una estrategia mágica que surge solamente de una buena idea. Está relacionada con el impacto que se desea tener en los clientes tomando como base una estrategia comercial. Servir al cliente implica realizar todas las actividades necesarias para lograr que nuestro cliente reciba el producto y/o servicio en el momento y lugar adecuado.

Mantener una ventaja competitiva implica estar atentos a las necesidades del consumidor, el mercado que se atiende y la competencia. Por lo que se sugiere revisarlos constantemente para conservar dicha competitividad.

La calidad del servicio es empleada por una multitud de Organizaciones como su principal fuente de ventaja competitiva. Por ello, la correcta medida de la calidad de servicio y la utilización posterior de sus resultados, se transforma en una necesidad ineludible e imperiosa para aquellas organizaciones que centren su estrategia competitiva en la consecución de unos elevados niveles de calidad de servicio, que aseguren la adaptación al entorno y la supervivencia a largo plazo.

Referencia Bibliográfica

Libros:

BONALES V. Joel, Sánchez S. Mario. (2003). Competitividad Internacional de las Empresas Exportadoras de Aguacate. ININEE.

BIASCA, Rodolfo (1991). Resizing. Ediciones Macchi. Argentina.

FEIGENBAUM A. (2001). Control total de Calidad. 6ª. Ed. México. Continental.

FLORES R. Martha B. (2007). Los desafíos de la Competitividad: La innovación Organizacional y Tecnológica en la empresa Michoacana. Tesis para obtener el grado de Doctor en Ciencias. México, CIDEM.

GARCÍA Saldaña Gorki (1993). Esquemas y modelos para la Competitividad. Ediciones Castello.

GÓMEZ Mena (2005). La competitividad después de la devaluación.

GUTIÉRREZ Pulido Humberto (2010). Calidad total y Productividad. Tercera edición. Ed. McGraw Hill.

HERNANDEZ y Rodríguez Sergio (1994). Introducción a la Administración, Ed McGraw Hill.

HUERTA A., Emilio et al. (2003). Los desafíos de la Competitividad, La Innovación Organizativa y Tecnológica en la Empresa Española/Fundación BBVA.

JURAN J. M. (1990). Juran y Liderazgo para la Calidad. Ed. Díaz Santos.

KOTLER, Bowen y Markens (2003). “Marketing para Turismo”. Editorial Person Education. España.

LUCHI, R, Paladino, M. (2001). Competitividad: innovación y mejora continua en la gestión. Barcelona.

LUFTMAN, Jerry, N. (2001). La Competencia en la Era de la información. Ed. Oxford México.

OSTER, S. (2000). Análisis Moderno de la Competitividad. Oxfoer México.

PAZ Manzano Alfredo (2004). El Concepto Antropológico de “Cliente”.

PORTER Michael E., (1996). Ventaja Competitiva. Cecsca, México.

VILLAREAL René (2004). El Modelo de Competitividad Sistémica de los Agros Negocios en la Cadena Global de Valor. Seminario Sobre Alianza, Cadenas Productivas y Competitividad para un Desarrollo Rural Sustentable. Monterrey, México.

Fuentes electrónicas:

<http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Competitividad&oldid=51239883>

<http://www.mitecnologico.com/Main/CalidadYVentajaCompetitiva>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Calidad>

CONOCIMIENTOS GENERALES DE LA EMPRESA Y SU ENTORNO

Verónica Mayeli Herrejón López verin-09@hotmail.com
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Jesús Israel Reyes Aguilar chucho7reyes@hotmail.com
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Salvador Guzmán Chavez salvadorgc1958@hotmail.com
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

En la actualidad ya no se permite que las empresas se manejen como antiguamente se hacían, es decir, de una manera empírica, ahora las empresas requieren un manejo profesional para lograr una mayor competitividad, pero sobre todo en una seguridad jurídica que permita a los socios invertir con los mínimos riesgos posibles y a los administradores minimizar las contingencias jurídicas que día a día perjudican en gran parte a las organizaciones.

Hablar del Empresa, es hablar de riesgos, el Empresario siempre está ligado al riesgo, más aún en esta época en donde la crisis económica está afectando no sólo al micro y pequeño Empresario, sino también a la mediana y gran empresa.

Es por esto que se ha vuelto indispensable buscar las formas de protección patrimonial y los esquemas jurídicos que permitan al Empresario salvaguardar los frutos económicos que han sido el esfuerzo, incluso de varias de sus generaciones.

La empresa es totalmente dependiente de su entorno y su éxito depende en gran medida de cómo se relacione con él, ya que de él toma los recursos que necesita (recursos, financieros, tecnológicos, humanos, culturales, de educación, de seguridad, comunicaciones o de otro tipo que tenga alguna relación).

A la hora de tomar decisiones la empresa deberá tener en cuenta tanto el comportamiento de los agentes que operan en su entorno como el efecto que sus decisiones internas tendrán en su relación con el exterior. Así, la empresa actúa sobre el entorno y éste sobre ella condicionando sus decisiones, estableciéndose un proceso de adaptación continuo entre ambos. Se mencionan solo algunos factores los cuales son los más comunes, para ello se desarrolla sobre lo siguiente:

FACTORES DEL ENTORNO GENERAL.

Factores legales, Factores sociales, Factores tecnológicos y Factores económicos

PALABRAS CLAVE: Entorno empresarial y gestión.

ABSTRACT

In the present is no longer allowed to that companies will be handled just as in the past, i.e, of a empirical manner, now the companies require a professional management to achieve greater competitiveness, but especially in a legal certainty that enables partners investing with the minimum possible risks and to administrators minimize the legal contingencies that day to day hurt in large part to the organizations.

Talk About the Company, is to speak of risk assessment, the employer is always linked to the risk, even more so in this time where the economic crisis is affecting not only the micro and small entrepreneurs, but also to medium to large enterprise.

This is why it has become indispensable to search for forms of wealth protection and legal frameworks that allow the Employer safeguard the economic gains that have been the effort, even in several of their generations.

The company is totally dependent on their environment and their success depends to a large extent on how well it corresponds to the, as it takes the resources it needs (resources, financial, technological, human, cultural, In education, security, communications or other type that has some relationship).

When it comes to taking decisions the firm must take into account both the behavior of the agents that operate in your environment, such as the effect of its internal decisions will have on your relationship with the outside world. Thus, the company operates on the environment and this on her conditioning their decisions, by establishing a process of adaptation continued between the two. Mentioned only some factors which are the most common, for this, develops on the following:

FACTORS OF THE BUSINESS ENVIRONMENT. Legal factors, social factors, technological factors and economic factors.

key words: business environment and management.

Desarrollo del trabajo

Introducción.

Se puede definir el entorno como el conjunto de hechos y factores externos a la empresa relevantes para ella, con los que interacciona y sobre los que puede influir pero no controlar, que se concretan en un conjunto de normas y relaciones establecidas que condicionan su actividad.

El papel del entorno en la vida de la empresa es tal, que incluso algunos autores le dan la categoría de ser uno más de sus elementos, junto con el elemento humano, el capital y la organización.

Dado el grado de interrelación que existe entre la empresa y el entorno, esta deberá tener una actitud de análisis permanente del entorno para identificar a tiempo las repercusiones que tiene en ella. Así, este análisis le permitirá:

- a) Detectar a tiempo las oportunidades y amenazas que el entorno presenta para su supervivencia, lo que le permitirá que pueda aprovechar las primeras y facilitará que transforme las amenazas en oportunidades.
- b) Identificar los cambios externos que tiene que poner en marcha para mejorar su relación con el entorno y facilitar su adaptación a él. El primer aspecto a abordar en el análisis del entorno es reconocer y clasificar los factores que en él se manifiestan. Así, se suele distinguir entre los factores que afectan de forma general o global a todas las empresas y los que afectan de forma específica a cada una.

Es importante reconocer la existencia de una cultura general de conocimientos básicos para la empresa, para evitar que se vea truncado el desarrollo, por alguno de los factores que lo rodean, sin embargo es importante para lograr que sea más competitiva y exitosa en su ramo.

Se analiza el entorno, previendo problemas futuros logrando a si el crecimiento organizacional de la empresa, obteniendo mejores resultados.

Contenido

La empresa

La finalidad de toda empresa es vender algún bien o prestar algún servicio, de acuerdo al Código Fiscal de la Federación en su artículo 16° se entenderá por actividades empresariales las siguientes: I Las comerciales, II. Las industriales, III. Las agrícolas, IV. Las ganaderas, V. Las de pesca y VI. Las silvícolas.

Una vez que se identifica la actividad empresarial, es necesario que se estudie de manera adecuada el entorno general de la empresa, sin embargo es necesario reconocer una gestión de negocios.

Los entornos en donde se desenvuelve la empresa son:

I) Entorno general. Engloba los factores que reflejan las grandes tendencias de la realidad exterior de la empresa. Son los factores más alejados de la empresa sobre los que su capacidad de influir es mínima. Estos factores afectan, más o menos directamente, a todas las empresas.

II) Entorno específico. Los factores del sector en el que opera cada empresa y por lo tanto inciden directa e inmediatamente en ellas. Al tratarse de factores más cercanos, la empresa puede ejercer alguna influencia sobre ellos.

Es importante conocer los dos entornos sin embargo en el trabajo de investigación se menciona solo el entorno general, ya que cada empresa adopta de acuerdo a sus necesidades el entorno específico que mejor le convenga.

Factores del Entorno General.

Consiste en el análisis estratégico y se divide en externo e interno y, a su vez, el externo en general y el interno en específico. Diversos aspectos de las partes de este análisis: el análisis externo general o entorno general.

Existe un conjunto de variables que se caracterizan, por no ser controlables por los sujetos decisores de una empresa en concreto y por ser, teóricamente, lejana su influencia en la rentabilidad. Estas son las que pertenecerán al entorno externo general y, por lo tanto, serán objeto del "Análisis Estratégico Externo General".

Ambos aspectos pueden estar relacionados, así veremos cómo una variable que pertenezca al entorno general, además de no ser controlable por el sujeto decisor, su influencia será

relativa, pues, en caso contrario, este sujeto decisor procuraría dominarle e influir en su valor. Se han realizado multitud de clasificaciones de variables del entorno general", que son:

- 1) Factores sociales.
- 2) Factores económicos.
- 3) Factores tecnológicos.
- 4) Factores político-legales.
- 5) Factores de medio ambiente (opcional).
- 6) Factores Internacionales (opcional).

Los factores afectan, de forma indirecta o directa a todas las empresas. Se reflejan las grandes tendencias de la realidad exterior de la empresa. Los factores de medio ambiente y los de tratados Internacionales, los aplican solo algunas empresas.

Se describen los factores más comunes del entorno general.

1. Factores Legales.

Son los que se relacionan con leyes que benefician o perjudican directa o indirectamente a la empresa un ejemplo es las leyes fiscales, referentes a todo lo que implica una posición de poder en nuestra sociedad, en sus diferentes niveles (Federación, Estado, Municipios), que tendrán una beneficio y/o repercusión económica como:

La actividad legisladora del Estado abarca todos los campos necesarios para regular la convivencia social. Los campos que más específicamente afectan a las empresas son el *fiscal, Político, mercantil y el laboral*, aunque ha de quedar claro que no son los únicos y que puede haber legislación en campos más generales que afectan también a la actividad empresarial.

2. Factores Sociales

Son los relativos a los aspectos y modelos culturales así como a las características demográficas de una sociedad se menciona los siguientes:

- a) La empresa se verá afectada por los cambios en los modos de vida de la sociedad y tendrá que adecuar su actividad a ellos. a la imagen pueden obligar a un cambio en el aspecto externo de la empresa, que se manifestará a través del diseño de sus instalaciones, en los logotipos, en la imagen de marca. Las modas y los estilos de vida.

b) Las variables demográficas. El volumen de población y su composición por sexo y edad, la natalidad, la mortalidad, la nupcialidad, la tasa de actividad, las migraciones... ocasionarán oportunidades de negocio o amenazas para la empresa.

3. Factores Tecnológicos.

Una de las dimensiones que más están evolucionando a lo largo de las últimas décadas es la tecnológica. El desarrollo y su aceleración modifican constantemente las condiciones en las que compete la empresa. Suponen, la apertura de nuevas posibilidades para la empresa, o peligro para aquellas que no sepan adaptarse. Entre los aspectos más destacados a tener en cuenta estarían:

- Influencia de las nuevas tecnologías sobre la empresa
- Velocidad de modificación del ambiente tecnológico.
- Mejoras en el transporte de las personas y mercancías.
- Avances en los medios informáticos y en las telecomunicaciones.

El grado en que las nuevas tecnologías pueden modificar el producto o servicio que la empresa ofrece, pueden afectar o beneficiar a los procesos de fabricación, puede modificar las relaciones de intercambio entre la empresa y sus competidores.

4.- Factores Económicos

Son los que afectan a las relaciones de producción, distribución y consumo de una empresa, es decir, a la forma en que la sociedad decide usar los recursos. El crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios. Influirá en la economía y como consecuencia en las empresas. La inflación no repercute sobre todas las empresas por igual, sino que puede perjudicar a unas más que a otras.

Los factores económicos, se relacionan con la empresa ya que integran una base para el logro de objetivos basados principalmente en las aportaciones de las escuelas administrativas: respetado los principios básicos aplicados a procesos administrativos, estudio del comportamiento humano, la empresa como sistema, la importancia de las matemáticas aplicadas a los objetivos empresariales, la estructura de la empresa, la administración por objetivos, entre otros cuya finalidad es el lograr el crecimiento de la empresa mejorando su productividad, para ser más competitiva.

Por otra parte se relacionan factores indirectos que alteran indirecta o directamente a la economía, se señalan los siguientes:

El **crecimiento económico**, el ritmo al que aumenta la producción de bienes y servicios de un determinado país.

Los **tipos de interés**, indican el precio que las distintas entidades financieras cobran por el dinero prestado.

Los **tipos de cambio**, se refiere al valor de unas monedas frente a otras. Si un país tiene una moneda fuerte sus importaciones serán favorecidas (comprará más barato) mientras que sus exportaciones se verán perjudicadas (venderá más caro).

La **inflación**, muestra la tasa a la que se incrementan los precios de venta de los productos y servicios. Si la inflación aumenta mucho el dinero pierde valor, por lo que el poder adquisitivo de los consumidores se verá afectado negativamente. Con el mismo dinero podrán comprar menos cosas.

La Gestión Empresarial

Qué es la gestión empresarial?

Es la actividad empresarial que busca a través de personas (como directores institucionales, gerentes, productores, consultores y expertos) mejorar la productividad y por ende la competitividad de las empresas o negocios. Una optima gestión no busca sólo hacer las cosas mejor, lo más importante es hacer mejor las cosas correctas y en ese sentido es necesario identificar los factores que influyen en el éxito o mejor resultado de la gestión.

La función gerencial implica tener capacidad para conducir personas, un don especial para ser reconocidos y seguidos por los subalternos, indudablemente para esto se requiere capacidad técnica profesional espontánea y otros aspectos directivos a como se señalan a continuación:

- Capacidad para tomar decisiones
- Habilidad para supervisar, controlar y liderar
- Habilidad para desarrollar nuevas ideas
- Disposición para asumir responsabilidades y correr riesgos inherentes
- Capacidad de trabajo, revisar aspectos legales de la empresa, para prevenir problemas futuros.
- Habilidad detectar oportunidades y generar nuevos negocios
- Capacidad de comprender a los demás y manejar conflictos
- Capacidad de adaptarse al cambio

Cuya finalidad es buscar que la empresa pueda ser más competitiva y eficiente en su ramo, de acuerdo al siguiente autor se hace una sugerencia para prevenir problemas futuros y establece lo siguiente:

Según Luis de Gásperi, se contemplan tres requisitos esenciales de la gestión:

- Que una persona capaz haya administrado los negocios de otros.
- Que el dueño no haya ordenado ni prohibido la gestión.
- Que el gestor haya obrado con la intención de ser útil al otro y de obligarle al mismo tiempo, y por la gestión haya tenido beneficios.

Según Rafael de Pina Vara señala que la gestión de los negocios es una fuente generadora de obligaciones y se ha conceptualizado de la siguiente forma:

“La gestión de los negocios es el fenómeno jurídico que se produce cuando una persona, sin mandato y sin estar obligada a ello, se encarga de un asunto de otro “.

Es importante reconocer que hoy en día ya no basta los conocimientos personales, el empresario tiene que abrir otros horizontes al conocimiento recurriendo a la ayuda profesional o simple mente adaptarse a los cambios que surgen día a día y actualizarse, para lograr ser más competitivo, innovador, creativo en su ramo. Partiendo de cualquier actividad debe de tomarse en cuenta el entorno donde se desenvuelve la empresa, para ello es necesario que se conozca de manera detallada los factores más comunes que rodean a la empresa. El entorno general y el entorno específico este ultimo solo se aplica si desea conocer de forma más detallada y factores internos de la empresa como son clientes – proveedores etc.

Haciendo una Gestión más eficiente, se busca:

Comprobar que el tipo y planificación de las actividades preventivas se ajusta a lo dispuesto en la normativa general, así como a la normativa sobre riesgos específicos que sea de aplicación, teniendo en cuenta los resultados de la evaluación.

Analizar la adecuación entre los procedimientos y los medios requeridos para realizar las actividades preventivas mencionadas precedentemente y los recursos de que dispone el empresario, propios o concertados, teniendo en cuenta, además el modo en que están organizados o coordinados, en su caso.

Valorar la integración de la prevención-legal, fiscal y administrativa en el sistema general de gestión de la empresa, tanto en el conjunto de sus actividades como en todos los niveles jerárquicos de ésta, mediante la implantación y aplicación del Plan de Prevención de Riesgos Legales, Fiscales, Administrativos, Económicos etc. Valorar la eficacia del sistema

de prevención para prevenir, identificar, evaluar, corregir y controlar los riesgos laborales, fiscales, contables, administrativos o financieros; en todas las fases de actividad de la empresa.

Si se conoce el entorno empresarial donde se desenvuelve la empresa es más fácil prevenir problemas futuros, la finalidad que se tiene es el desarrollo y crecimiento de la empresa con la finalidad de que sea competitiva y reconocida en su ramo y por la sociedad.

Conclusiones

La Gestión aplicada a la empresa, la intención es generar un desarrollo en varios sectores del país, donde se administren adecuadamente los recursos obtenidos y aprovecharlos en lo que se tienen que utilizar, beneficiando el desarrollo de una comunidad, municipio, estado o país en general. Si se aplicara a las empresas de manera directa o indirecta habría un desarrollo en el país, sin embargo algunas veces esto se ve truncado por una crisis de incertidumbre que afecta el desarrollo en general.

Es importante que en México se tenga una cultura de contribución para que se vea beneficiado el país con la finalidad de lograr un crecimiento económico, tecnológico, cultural, industrial, seguridad, educativo, entre otros y lograr que sea más competitivo, para ello se tiene que tener una cultura de conocimientos básicos de los derechos y obligaciones que se tiene como ciudadano o empresario.

Es por esto que se ha vuelto indispensable buscar las formas de protección patrimonial y los esquemas jurídicos que permitan al Empresario salvaguardar los frutos económicos que han sido el esfuerzo, incluso de varias de sus generaciones.

El conocer el entorno empresarial servirá de herramienta, ya que permite evaluar los riesgos jurídicos, sociales, económicos, tecnológicos y estar alerta algún factor de la empresa para su corrección y mantenimiento, sirviendo además a los propietarios de las empresas, a los administradores, entre otros para:

- Lograr objetivos administrativos.
- Prever o detectar problemas administrativos, legales (mercantil, civil, laboral y fiscal) en la empresa.
- Evitar multas o sanciones por parte de autoridades respectivas.
- Prever un mal funcionamiento en los factores generales.
- Evita que su producto sea obsoleto y sea menos competitivo con el de la competencia.

Bibliografía

Libros

Thompson, J.O. (1976). "Dinámica Organizacional. Fundamentos Sociológicos da Teoría Administrativa Sao Pablo. Me Graw-Hill

Menguzzato, M. y Renal), J.J. (1991): La dirección estratégica de la empresa. Un enfoque innovador del Management. Ariel. Barcelona, Págs. 34-37

Bueno Campos, (1996): organización de empresas. Estructura, procesos y modelos. Pirámide. Madrid.

Francesc Valls, J. (1996): Las claves del mercado turístico. Cómo competir en el nuevo entorno. Ediciones Deusto S.A. Bilbao.

Johnson, g. y Scholes, K.: (1996) Dirección Estratégica. Análisis de la estrategia de las organizaciones. Ed. Prentice Hall, Madrid.

Porter, M.E.(1985) : Estrategia competitiva. Ed. CECSA, México.

Juan Román Rangel Charles y Roberto San Román Aranda, Derechos de los Negocios. Tópicos del derecho privado. Segunda Edición.

De Gásperi Luis. Tratado de derecho civil mexicano. Vol. III.

Rafael de Pina Vara. Derecho civil mexicano. Vol. 3. Porrúa, mexico 1973.

Códigos

Código Fiscal de la Federación 2011.

Fuentes electrónicas

www.elergonomista.com

www.macgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448169565.pdf.

www.biblioteca.tribunaempresarial.com

ESTRATEGIAS COMPETITIVAS DE LA CADENA DE VALOR DE LA AGROINDUSTRIA EN MICHOACÁN

Jaime Apolinar Martínez Arroyo corredor42195@hotmail.com U.M.S.N.H
Irma Cristina Espitia Moreno ic_em_3@hotmail.com U.M.S.N.H
Evaristo Galeana Figueroa egaleana@umich.mx U.M.S.N.H

Resumen:

En este artículo se analiza la importancia de la innovación y el conocimiento como estrategia competitiva en la cadena de valor de las empresas exportadoras de aguacate ubicadas en Uruapan, Michoacán. El análisis o medición de las dimensiones mencionadas se realiza hasta los indicadores del modelo utilizado en esta investigación, ya que, al llevar la medición hasta este plano de análisis permite conocer o mostrar el origen de las ventajas competitivas. Es decir no es suficiente ver la ventaja competitiva de manera total, es necesario conocer de donde proviene. Además se muestra la cadena de valor, la cual está formada por los siguientes agentes o eslabones, viveristas, productores, empacadores y transportistas y los resultados de su desempeño en la innovación y conocimiento.

Palabras clave: Cadena de valor, Estrategia competitiva, ventajas competitivas, innovación, conocimiento.

Abstract

This article discusses the importance of innovation and knowledge as a strategic competitive in the value chain of avocado exporters located in Uruapan, Michoacán. The analysis or measurement of these dimensions is made to indicators used in this research model, since, in bringing the measure up to this level of analysis allows us to know or show the source of competitive advantage. That is not enough to see the competitive advantage in full; you must know its source. It also shows the value chain, which consists of the following agents or links, nurserymen, growers, packers and shippers, and the results of its performance in innovation and knowledge

Key words: Value chain, competitive advantage, innovation, knowledge, Strategic

Introducción

Hoy en día el ambiente de los negocios es más competitivo y hostil, de tal manera que cada ventaja competitiva de la empresa será rápidamente erosionada y superada por el rápido ritmo de competencia (Grimm, Lee, & Smith, 2006). Los mercados están en un estado constante de flujo y desequilibrio es decir, el ambiente actual de los negocios se encuentra lejos de ser estable y predecible.

Sin embargo, actualmente la mayoría de las economías emergentes tienen una ventaja comparativa en el suministro de trabajo y tierra y la explotación de ciertos recursos

naturales y ventajas climáticas sobre los países más desarrollados. Con la posible excepción de China y algunas economías asiáticas. Al explotar estas ventajas comparativas, las industrias dominantes en las economías emergentes tienden a estar caracterizadas por altos niveles de participación de micro y pequeñas empresas. Cualquier estrategia en estos países que busque lograr un crecimiento económico amplio y reducir la pobreza, necesitará centrarse en las industrias con la capacidad de ser globalmente competitivas. Un sector ampliamente competitivo en México es el agroindustrial, en el cual destaca el aguacate, el cual goza de una alta demanda en el mercado nacional e internacional. El desarrollo de la industria del aguacate en México, en los últimos años se ha incrementado notablemente y con grandes oportunidades de desarrollo sobre todo con la diversificación de mercados y presentación final del producto. México es el principal productor, exportador y consumidor de aguacate en el mundo, con una producción de más de un millón de toneladas al año y produce 42 por ciento del aguacate que se cultiva a nivel mundial.

Tabla 1 Exportaciones Mexicanas de aguacate (toneladas).

País	2006	2007	2008	2009	Ene-ago 2009	Ene-ago 2010	Part. 10	Crec. 08-09	Crec. 09-10
1º EE.UU.	118,809	228,382	249,592	309,928	220,551	179,583	77.8%	24%	-19%
2º Japón	28,808	24,829	23,756	27,246	19,466	28,179	6.8%	15%	45%
3º Canadá	17,148	19,604	18,095	22,583	14,588	17,526	5.7%	25%	20%
4º El Salvador	10,965	9,298	8,200	10,199	5,961	4,153	2.6%	24%	-30%
5º Costa Rica	5,684	5,979	6,468	6,991	4,878	5,506	1.8%	8%	13%
Otros	26,932	22,167	20,559	21,207	11,998	11,249	5.3%	3%	-6%
Total	208,346	310,260	326,670	398,153	277,442	246,198	100%	22%	-11%

Fuente: IQOM Inteligencia comercial <http://0-www.iqom.com.mx/millennium.itesm.mx/index>, con datos de la Secretaría de Economía.

En este mismo sentido, Michoacán es el primer estado productor con aproximadamente el 83% del total (ver tabla 2), además la exportación en 2008, rebasó ya las 200 mil toneladas de aguacate en fresco (Agropecuaria, 2008). Y en el siguiente periodo 2009 exportó más de 300 mil toneladas a los Estados Unidos. El principal consumidor extranjero es Estados Unidos, le siguen Japón, Canadá, Centroamérica.

Tabla 2 Principales estados productores de aguacate.

	Estado	Producción	Part.
1°	Michoacán	1,024,582	83.2%
2°	Morelos	26,727	2.2%
3°	Nayarit	25,372	2.1%
4°	México	21,352	1.7%
5°	Jalisco	11,855	1.0%
6°	Guerrero	11,472	0.9%
7°	Yucatán	11,178	0.9%
8°	Puebla	7,808	0.6%
9°	Durango	3,473	0.3%
10°	Sinaloa	3,015	0.2%
	Subtotal	1,146,834	93.2%
	Otros	84,139	6.8%
	Total	1,230,973	100%

Fuente: IQOM Inteligencia comercial <http://0-www.iqom.com.mx/millennium.itesm.mx/index>, con datos de SIAP/SAGARPA.

Problemática

Según Bonales y Sánchez, el sector aguacatero se caracteriza por su poca organización (Bonales & Sánchez, 2003), siendo ésta una de sus principales debilidades, además es indudable que algunas ventajas comparativas traducidas en ventajas competitivas de los productores y exportadores de aguacate, han sido emuladas y en ocasiones mejoradas por algunos países productores y competidores en los mercados internacionales del aguacate (Sánchez, 2007), como por ejemplo, Israel consigue rendimientos de casi 20 toneladas por hectárea (Naamani, 2007), mientras los productores de aguacate en Michoacán apenas logran pasar las diez toneladas por hectárea. Además, cuando se analiza con detalle el exitoso desempeño exportador de este producto se descubren debilidades frente a otros competidores extranjeros, sobre todo en el mercado norteamericano, entre las que principalmente son más notables en cuanto al desarrollo tecnológico y la tecnificación de la producción. Como ejemplo de lo anterior es la inspección que realizó el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de América (USDA) a las huertas de aguacate certificadas para la exportación ubicada en Uruapan Michoacán, se encontró la presencia del gusano barrenador en 1800 hectáreas (Arellano, 2008), lo que representa violaciones al incumplimiento de las normas de inocuidad que rigen las buenas prácticas agrícolas (BPA) acordadas por ambos gobiernos y lo que trajo como consecuencia que esa misma cantidad de hectáreas sean eliminadas del programa de exportación por visores o inspectores de las Secretarías de Agricultura de Estados Unidos y México. Lo que representa una disminución de la exportación de la fruta y como consecuencia una disminución en la generación de divisas para la población. Otro factor que afectó las exportaciones michoacanas fueron los conflictos internos entre productores y empacadores debido principalmente a la falta de acuerdos acerca del precio del aguacate y también por el cambio de administración en APEAM.

De igual modo, según funcionarios de la Asociación de Productores y Empacadores Exportadores de Aguacate de Michoacán, A.C. (APEAM) han detectado un aumento de la competencia por el mercado norteamericano con el ingreso en este mercado de

competidores como Perú, Colombia, Nueva Zelanda y España. Finalmente, en el mes de Febrero de este año se detectaron residuos de químicos no permitidos en la fruta enviada para su comercialización en Japón y Estados Unidos. Todo lo mencionado ha incidido en la calidad y cantidad de la exportación de esta fruta, por lo tanto en este artículo se destaca el uso y aplicación de la innovación y el conocimiento en los agentes económicos de la cadena de valor del aguacate con la finalidad de obtener ventajas competitivas sostenidas.

Referencias teóricas

Cadena de valor

En definitiva, el concepto de “cadena de valor” es relativamente nuevo en el sector agroalimentario mundial, quizás los ejemplos más recientes e ilustrativos de formación de cadenas de valor como una estrategia competitiva, provienen de Holanda, con la formación de la Fundación para la Competencia de Cadenas Agroalimentarias en 1995. Sin embargo, un pronóstico de la importancia que tendrán las cadenas de valor para la mejora de las ventajas competitivas de las empresas agroindustriales en el corto plazo es el realizado por el Dr. David Bell Director del programa de negocios de agroindustria de la Universidad de Harvard y el cuál menciona lo siguiente.

“El futuro no será un agricultor compitiendo contra otro agricultor, o un distribuidor compitiendo con otro distribuidor, o un detallista compitiendo contra otro detallista, o será una cadena de valor compitiendo con otra cadena de valor” (Bell, 2004).

Es necesario remarcar, que el análisis de la cadena de valor es un método utilizado para descomponer la cadena en cada una de las actividades que la conforman, y en la cual se buscan las actividades que agregan valor al producto final para el cliente. El enfoque de la cadena de valor analiza las particularidades entre los distintos eslabones que la componen y su finalidad es conocer los factores que están incidiendo sobre las ventajas competitivas, valorando su incidencia relativa, para poder definir prioridades y estrategias de acción concertadas entre los diferentes actores. Por consiguiente es muy importante considerar la identificación de las bases de las ventajas competitivas de la cadena de valor del aguacate que faciliten el desempeño de los diferentes agentes económicos. No basta que un eslabón de la cadena alcance la competitividad deseada, ya que se requiere que toda la cadena o sistema lo logre. (Venegas & Loredó, 2008). Dicho de otra forma, el análisis de la cadena de valor es esencialmente un sistema de creación de valor, es una herramienta analítica que facilita la identificación y la evaluación de las alternativas estratégicas (Walters & Rainbird, 2007). La cadena de valor es una unidad importante de análisis para comprender las ventajas competitivas de la empresa (Nations, United, 2007).



Fuente: Elaboración propia con base en el marco teórico

Ventaja competitiva temporal en retrospectiva

El concepto de ventaja competitiva ha tomado un lugar central en las discusiones de la estrategia de negocio. Las declaraciones acerca de la ventaja competitiva abundan, pero una definición precisa es difícil de alcanzar. El uso de la ventaja competitiva en la literatura es sinónimo de creación de valor (Rumelt, 2003). La ventaja competitiva que han logrado obtener algunas empresas a través de la adopción de la estrategia, tiene sus inicios en el concepto básico de finales de 1930, denominado “adaptación competitiva” (Alderson, 1937), en la cual, las actividades intelectuales y las relaciones con los proveedores son las principales fuentes de ventaja competitiva. Está es una de las primeras literaturas sobre la competencia en la que el autor afirmó, que un aspecto fundamental de la adaptación competitiva es la especialización de los proveedores para cumplir con la variación en la demanda del comprador.

La ventaja competitiva es "la rentabilidad sostenida por encima de la normal." (Peteraf M. A., 1993).

De igual manera Barney (1991), argumenta que una ventaja competitiva es lograda, cuando una empresa implementa una estrategia de creación de valor, que no ha sido simultáneamente implementada por cualquiera de los competidores actuales o potenciales (Barney J. B., 1991). Por lo tanto, la ventaja competitiva no es algo que se ‘tiene’, sino que se ‘alcanza’; no es simplemente algo que nos hace distintos de la competencia, sino obtener una rentabilidad más alta que ella. La ventaja competitiva puede ser creada de numerosas maneras, por ejemplo, por tamaño de empresa, localización, acceso a los recursos (Ghemawat, 1986). Dicho de otra manera, la ventaja competitiva se puede crear combinando la dotación de recursos de los cuales la empresa dispone, con una estrategia adecuada en la cual involucre a estos recursos, los conocimientos y habilidades de los dueños y trabajadores, así como, las oportunidades del entorno. En la búsqueda de la ventaja competitiva, se establecen aquellas decisiones y acciones que permitan la sobrevivencia, rentabilidad y evolución de la empresa, por medio del uso inteligente de todos los recursos de la organización (Morales & Pech, 2000).

Ventaja competitiva sostenida

Entender las fuentes de la ventaja competitiva sostenida para las empresas se ha convertido en la mayor área de investigación en el campo de la administración estratégica (Porter, 1985). De tal forma que la ventaja competitiva sostenida casi todas las organizaciones buscan y tratan de desarrollarla (Cheney & Jarrett, 2002). Y es definida por Bar-Eli, Galily & Israeli, (2008) como “aquella que la competencia no puede copiar o simular”. De igual manera Barney, 2001 la conceptualiza como: “ el beneficio prolongado de la aplicación de algunas estrategias únicas de creación de valor no implementadas simultáneamente por cualquier competidor actual o potencial y con la incapacidad para duplicar los beneficios de esta estrategia." Además, deben poseer cuatro atributos: rareza, valor, la imposibilidad de ser imitada, y su incapacidad para ser sustituido. Al mismo tiempo argumenta que una empresa que posea un recurso particularmente valioso y que es obtenido en circunstancias históricas únicas, puede obtener una ventaja competitiva sostenida, puede mejorar la eficiencia y la eficacia de una manera que las empresas competidoras no pueden competir

de esa manera y que estos no pueden imitarla a través del tiempo (Barney,1991). Los recursos de la empresa desde esta perspectiva incluye: todos los activos, capacidades, procesos organizacionales, atributos de la empresa, información, conocimiento etcétera, controlados por la empresa que permiten que la organización implemente estrategias para hacerla más eficiente (Daft, 1983). Sin embargo, no todos los recursos tienen el potencial para crear una ventaja competitiva sostenida. La naturaleza dinámica del entorno empresarial, especialmente en relación con la influencia de los competidores, clientes, la regulación, la tecnología y la oferta de financiamiento, es tal, que el logro de la ventaja competitiva es algo dinámico, es dinámico en términos de que algunas empresas en algunas circunstancias, son capaces de lograr una ventaja competitiva sostenida y algunas empresas en algunas industrias sólo logran una ventaja competitiva temporal. Un argumento que se ha presentado es que no todos los elementos inciertos del medio ambiente actúan en la misma dirección sobre los recursos estratégicos, la ventaja competitiva y el desempeño de la organización (O'Shannassy, 2008). Sostener una ventaja competitiva permanentemente, es muy difícil, particularmente en la era de la incertidumbre, de la crisis y del impacto del internet en el comportamiento de los consumidores y la capacidades de transacción. Como se observa en los anteriores conceptos, la definición de la ventaja competitiva ha tenido una evolución a través del tiempo. Hay que mencionar, que las explicaciones teóricas de la ventaja competitiva de la empresa han sido dominada por dos escuelas teóricas: la que se centra en la industria, (OIE) Industrial Organization Economics (Organización Industrial Económica) y aquellos que se centran sobre la empresa en particular en los recursos y capacidades únicos (resource-based theories, teorías basadas en los recursos). Adicionalmente y de manera reciente una tercera corriente de pensamiento, como la teoría de las relaciones, que sugiere centrarse en las relaciones con otras empresas y por medio de estas, se puede obtener ventajas competitivas.

La organización industrial económica

La escuela de la estrategia dominante hasta la década de 1980 fue la Industrial Organization Economics (OIE) (Hoskinsson, Hitt, Wan, & Yiu, 1999). Se trata de un campo de la economía que se ocupa de la estructura de los mercados, el comportamiento de las empresas, y los beneficios sociales y costos asociados con las diversas formas de estructura del mercado y el comportamiento de la empresa (Tirole, 2003). Los ingresos son determinados por la estructura de la industria en que opera la empresa (Barney,1986) y el éxito entonces será el resultado de una posición atractiva en el mercado debido a la selección de una base de costo más bajo o de una diferenciación de productos (Porter,1991). Por lo tanto, una empresa con una posición de mercado atractivo puede ejercer poder en el mercado (Teece, 1984) y el monopolio de las utilidades (Mahoney & Pandian, 1992). Monopolio de las ganancias resultantes de la restricción deliberada de la producción (Peteraf M. A., 1993) de tal manera que, la sostenibilidad de las utilidades está estrechamente vinculado a la estructura de la industria, que cambia de forma relativamente lenta. Con el fin de ganar poder en el mercado sobre sus rivales, las empresas que compiten pueden formar carteles (Noguera & Pecchecchino, 2007), o entrar en acuerdos coludidos (Porter, 2005), ambas podrían considerarse como formas de cooperación entre empresas, dentro del marco de trabajo de la OIE. Por lo tanto, desde la perspectiva de la OIE, la

cooperación entre empresas es fuente de una posición más favorable en el mercado y obtener poder de las relaciones en el mercado. En suma, la OIE propone que a fin de que las empresas obtengan ventaja competitiva debe buscar posiciones en las cuales puedan aprovechar la influencia del poder del monopolio sobre otros jugadores en el mercado. Mientras que el panorama competitivo se ha convertido sustancialmente mucho más dinámico en las recientes décadas.

La teoría de la empresa basada en los recursos

A diferencia de la opinión de Porter acerca de que la empresa es un conjunto de actividades, el principio central de la teoría basada en los recursos (TBR) es que una empresa es un conjunto de recursos idiosincrásicos y capacidades (Wernerfelt, 1984); (Peteraf M. , 1993). De igual manera, Acedo, Barroso, & Galan, (2006), mencionan que las teorías basadas en los recursos cuentan con un marco de trabajo teórico muy amplio que abarca varias corrientes de pensamiento diferentes, que cubren las teorías tradicionales, la teoría basada en el conocimiento (TBC), y la teoría de las capacidades dinámicas (TCD). La teoría basada en los recursos (TBR), describe la ventaja competitiva de la manera siguiente: las empresas son heterogéneas en lo que respecta a los recursos y capacidades que poseen (Barney, 1991). A su vez, la ventaja competitiva de una empresa se basa en los recursos valiosos, raros, imperfectamente imitables y los recursos no sustituibles que posee, es decir, los atributos de algunos de los factores productivos, en este caso, los recursos, son más eficientes por lo tanto, son superiores a otros, y las empresas dotadas de estos recursos son capaces de producir más económicamente hablando y /o para satisfacer mejor las necesidades del cliente y así obtener mayores utilidades (Castanias & Helfat, 1991); (Spanos & Lioukas, 2001). Los recursos que contempla este enfoque son: los activos de la empresa, el conocimiento, las capacidades, los procesos y los atributos que permiten que permiten a la organización formular e implementar sus estrategias de una forma más eficaz y eficiente (Wernerfelt, 1995). Si bien, todas las teorías basadas en los recursos se centran principalmente en los recursos internos y en las capacidades de la empresa, también parece incluir el supuesto de que, entre empresas cooperativas las relaciones son una fuente de recursos y capacidades complementarias que se pueden utilizar para lograr una configuración óptima de los recursos (Grant & Baden-Fuller, 2004). Por otra parte, las teorías basadas en los recursos, ve a las alianzas como un vehículo para la adquisición de recursos, capacidades y conocimientos (Hamel, 1991). La razón principal detrás de la cooperación entre empresas desde la perspectiva basada en los recursos, es la potencial creación de valor proveniente de los recursos de las diferentes empresas así como de las capacidades que se ponen en común para crear una mayor ventaja competitiva sostenida.

La teoría de las relaciones

Aunque las teorías basadas en los recursos pueden explicar las razones de la cooperación en cierta medida entre las empresas, estas, han sido criticadas por centrarse demasiado en el valor de apropiación desde la perspectiva de la empresa individual (Gulati, Nohria, & Zaheer, 2000). Como parte de esta crítica, la primera teoría que explícitamente dirige la perspectiva de las relaciones sobre la ventaja competitiva es la teoría de las relaciones presentado por Dyer y Singh (1998). Esta teoría se refiere a las relaciones entre empresas y

además, simultáneamente convertirse en una fuente de ventaja. Por lo tanto, la unidad de análisis no son los recursos o las capacidades de la empresa, son las relaciones entre las empresas. Dyer y Singh (1998) identifican cuatro fuentes de ventaja competitiva de las relaciones inter-organizacional:

(1) La relación específica por los activos; (3) los recursos y capacidades complementarias

(2) las rutinas de intercambio de conocimientos; (4) una autoridad eficaz.

La ventaja competitiva obtenida a través de estas fuentes, también se puede sostener porque las redes entre empresas ofrecen una gran cantidad de barreras a la imitación, como los activos inter-organizaciones de interconexión, la indivisibilidad de los recursos, y el entorno institucional.

La teoría de las relaciones llama la atención sobre la cooperación entre las empresas como una fuente de ventaja competitiva mediante la adopción de las relaciones entre empresas como unidad de análisis, se centra exclusivamente en el nivel de relación, que es su principal diferencia con respecto a las escuelas anteriores. Puede proporcionar un conjunto independiente de motivos que identifica la ventaja competitiva causada por las diferencias en los atributos de las propias relaciones y no, por ejemplo, en los recursos de una sola empresa (Molina & Dyer, 1999). Indiscutiblemente, que los argumentos recientes sobre la ventaja competitiva muestran, que esta, puede ser alcanzada mediante la cooperación entre empresas. La importancia estratégica de la cooperación y la formación de redes para la obtención de la ventaja competitiva también ha sido resaltada en la investigación y en la práctica (Ritala & Hanna-Kaisa, 2010).

Conocimiento

En esta era de la economía del conocimiento, lo que decide la ventaja comparativa de un país y la ventaja competitiva, es la competitividad del conocimiento, el cual se refiere a la capacidad de lograr crecimiento económico sostenido, basado en la producción, diseminación y aplicación del conocimiento, por medio de la innovación de conocimiento e innovación tecnológica (Zeng, 2009). Por lo tanto, en el futuro, la ventaja competitiva de un país, inevitablemente se reflejarán en la ventaja del conocimiento. La expansión y la complejidad del conocimiento en la dinámica del ambiente competitivo, han hecho cada vez más difícil para una sola empresa contener y capitalizar todos los conocimientos relevantes (Pateli, 2009). Por lo tanto, las empresas se especializan y utilizan las relaciones inter empresariales y las redes para complementar su conocimiento (Das & Kumar, 2010). De tal manera, que el aprendizaje debe de ser recíproco, donde el objetivo no es aprender lo que ya se sabía, si no, para desarrollar nuevos conocimientos e innovar (Lubatkin, Florin, & Lane, 2001). El conocimiento “Es un proceso humano dinámico de justificación de la creencia personal en busca de la verdad”. Y plantean que la información es el medio material necesario para extraer y construir el conocimiento (Nonaka, I; Takeuchi, H., 1999).

En este siglo XXI, las empresas deben competir en un desafiante contexto en el que destaca, el desarrollo tecnológico, la difusión de las tecnologías, el desarrollo y la creación e importancia del uso del conocimiento (Hitt, Keats, & DeMarie, 1998). Por lo tanto, las empresas deben de buscar nuevas fuentes de ventaja competitiva. Es indiscutible que el conocimiento en determinadas condiciones, puede ser una fuente importante para mejorar el rendimiento de la ventaja competitiva (Grønhaug & Geir, 2007). Así mismo, los

individuos y las empresas pueden adquirir conocimientos de diferentes maneras. Por ejemplo, valiosa información puede ser obtenida a través de la reflexión sobre sus propios juicios o decisiones, los fracasos y éxitos. Las empresas también pueden obtener conocimientos mediante la observación de otras empresas y tratando de aprender de sus experiencias. (Haveman, 1993). Por lo tanto, el conocimiento puede ser catalogado como un recurso estratégico, el cual, debería ser activamente administrado si se quiere proveer a las compañías con una ventaja competitiva sostenida. A diferencia de otros recursos, el valor crece con la persistencia en compartir e intercambia el conocimiento (Henard & McFadyen, 2006). Algunos investigadores afirman que la acumulación del conocimiento contribuye a mejorar la ventaja competitiva de la empresa (Van Den Bosch, Baaij, & Volberda, 2005). Este entorno ha propiciado el cambio de los factores tradicionales de producción, los cuales solían ser el capital, la tierra o la mano de obra, a el único recurso significativo que puede conducir a la obtención de buenos resultados sociales y económicos y como consecuencia la obtención de una ventaja competitiva sostenida, y el cual es el conocimiento (Drucker, 1993). Es indudable que lo anterior confirma que estamos en la economía del conocimiento, y es la clave para que las organizaciones obtengan una ventaja competitiva sostenida (Pillania, 2008). Por lo tanto las empresas deben generar y adquirir nuevo conocimiento como una ruta para la ventaja competitiva (Englhis, Solomon, Goldsmith, & Davey, 2005). De tal manera, que el conocimiento desempeña un papel fundamental en la formulación de las estrategias empresariales, como el único recurso que puede proporcionar ventaja competitiva sostenible (Rumelt R. , 1974). Definitivamente, es tan amplia la literatura en este tema, que al examinar el papel del conocimiento en apoyo de la ventaja competitiva en las distintas disciplinas, la posesión de conjuntos de conocimientos únicos se consideran determinantes para que la ventaja competitiva sea sostenida (Collins & Montgomery, 1995).

Innovación

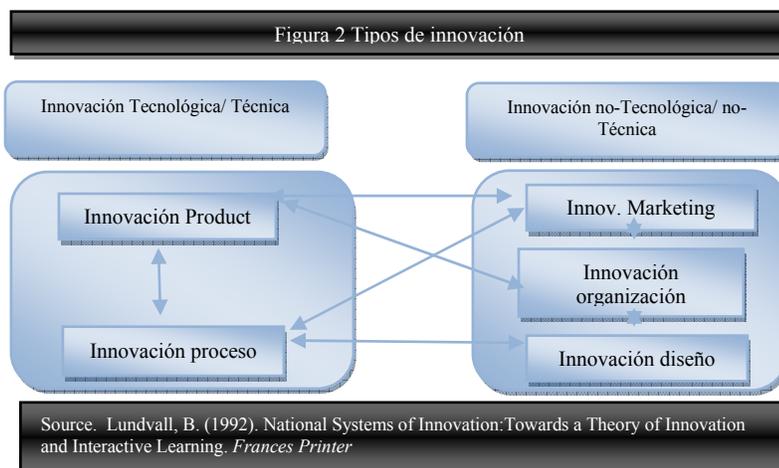
Los cambios tecnológicos y las presiones de la competencia incrementa la necesidad de las empresas de adaptarse mejorar e innovar (Brown & Eisenhardt, 1995). Las empresas que generan innovaciones serán más exitosas en responder a los cambios en el medio ambiente y desarrollar nuevas capacidades para lograr un mejor desempeño (Montes, Moreno, & Fernández, 2004).

The National Innovation Initiative en los Estados Unidos (NII) define a la innovación como:

“La intersección de la invención y la perspicacia, llevado hacia la creación de valor económico y social”. (Competitiveness, 2005). La innovación juega un papel más crucial en la competencia global de hoy, y es la principal fuente de competitividad de un país. Es decir, se ha convertido en el mayor diferenciador en la carrera competitiva (Roberts, 2007), y las compañías innovadoras han aprendido a sostenerse a sí mismos por largos periodos de tiempo. Al mismo tiempo, una de las fuentes de innovación es el conocimiento, el cual es reconocido ampliamente como un activo estratégico que permite a las empresas a mantener competencias distintivas y descubrir las oportunidades de innovación (Chen & Lin, 2004).

La innovación es generada en un proceso interactivo en el cual varios especialistas participan en el intercambio, absorción y asimilación del conocimiento compartidos en un

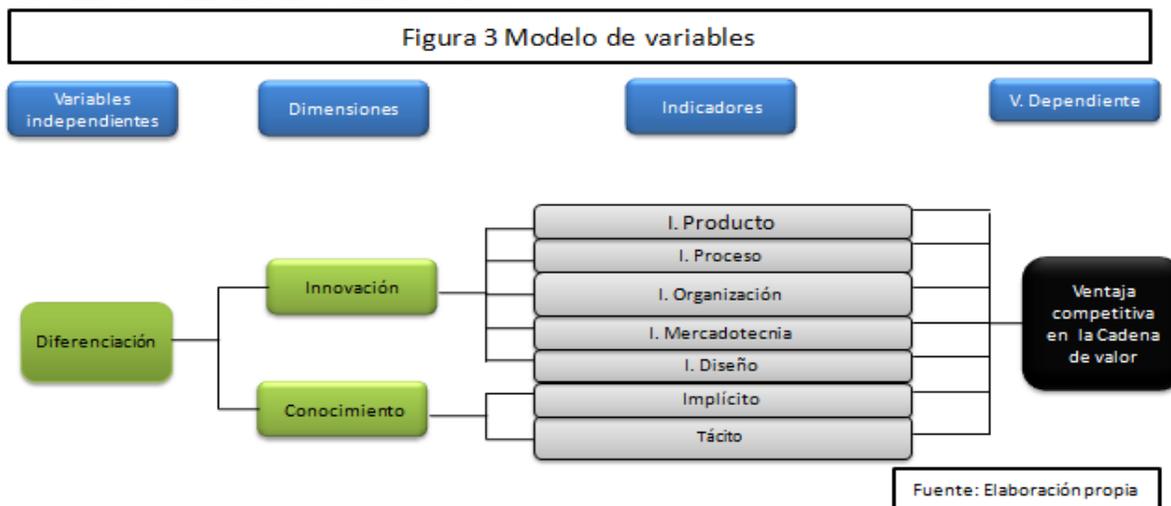
contexto social y físico. (Autio, Hameri, & Vuola, 2004). Es evidente que las organizaciones aprenden y crean innovaciones a través de compartir y combinar el conocimiento (Kogut & Zander, 1992). De tal forma que, compartir el conocimiento contribuye a la innovación porque genera un conocimiento colectivo y genera sinergias benéficas, el cual mejora las existencias de conocimiento disponible en la empresa (Nonaka & Takeuchi, 1995). Adicionalmente, la innovación exitosa requiere una combinación y asociación del conocimiento reciente y el conocimiento existente. La innovación es un proceso social donde las elecciones estratégicas no son simples ya que, involucra el ejercicio del control de la comunicación del conocimiento (Scarborough, 1995). De tal forma, que el conocimiento adquirido, permitirá a los individuos entonces a responder a las demandas del ambiente con nuevos e innovadores desempeños (Wang, Wang, & Horng, 2010). A su vez la literatura menciona que la estrategia de innovación ayuda a las empresas de tres maneras: Proporciona nuevas ofertas o experiencias que estimulan al cliente, mantenerse a la vanguardia de la competencia en el mercado y entrar en nuevos segmentos de mercado o la creación de nuevos negocios (Anthony, Johnson, & Eyring, 2004). La innovación continua es mencionada como el único factor endógeno que ofrece la posibilidad para todas las empresas de obtener y mantener una ventaja competitiva sostenida, aún en un ambiente de recursos limitados (Ren, Xie, & Krabbendam, 2010). La innovación es un proceso constante de búsqueda y exploración. Sin embargo, la mayoría de los investigadores se han centrado en las innovaciones tecnológicas y técnicas que corresponden a las innovaciones de productos y procesos (Lundvall, 1992). Del mismo modo, la innovación es el resultado de un proceso interactivo de generación, difusión y uso del conocimiento (Bottazzi & Peri, 2003). La figura 2 muestra las innovaciones tecnológicas y no tecnológicas.



Es indudable que la innovación juega un papel fundamental para obtener ventajas competitivas cruciales (Becheikh, Landry, & Amara, 2006). Además, las empresas más innovadoras y de mayor éxito han adaptado su enfoque en la gestión de la innovación debido a los cambios del entorno externo, en un intento de proteger o fomentar su ventaja competitiva (Ortt & Smits, 2006).

Metodología de investigación

El presente artículo emana de una investigación científica y tiene un diseño descriptivo-correlacional, ya que, describe al objeto de estudio y segundo porque determina la correlación que tienen la variable independiente con la variable dependiente ventajas competitivas en la cadena de valor de las empresas exportadoras de aguacate ubicadas en Uruapan Michoacán. La figura 3 muestra el modelo de variables utilizado en esta investigación así como las dimensiones e indicadores.



Universo

En esta investigación científica el universo de estudio está formado por los eslabones de la cadena de valor, viveristas, productores, empaques y transportistas, representadas por los dueños, gerentes, administradores o el jefe de producción de las empresas exportadoras de aguacate ubicadas en Uruapan, Michoacán. Una vez identificado el universo se seleccionó la muestra representativa, en la cual se estableció un nivel de confianza del 95% y un nivel máximo de error del 5%.

Escala de Medición

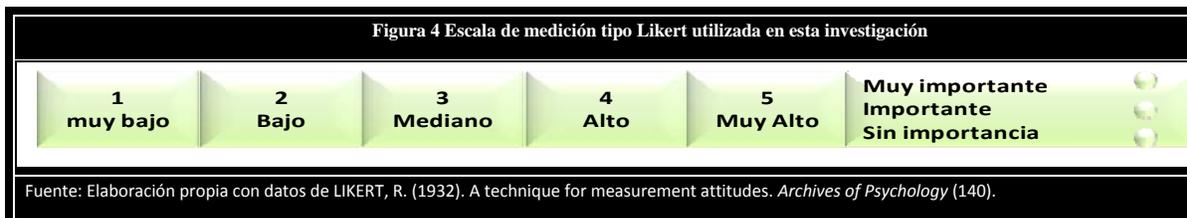
La medición es el proceso de vincular conceptos abstractos con indicadores empíricos (Hernandez Sampieri & Fernandez, 2010). Para ello se necesita un instrumento de medición adecuado que registre los datos observables que representen verdaderamente los conceptos o variables de las que se están presentando, con el objeto de medir las variables que afectan las ventajas competitivas.

Escala de tipo Likert

En el instrumento de medición se utilizó una escala tipo Likert²¹⁴, la cual es en estricto sentido, una medición ordinal, la cual “consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide la reacción de los sujetos. La escala para el cuestionario tiene cinco intervalos, los cuales van desde el valor mínimo 1 que corresponde al rango de muy bajo, 2 al rango de bajo, 3 mediano, 4 al rango de alto y 5 al rango de muy alto. También se agregó una pregunta complementaria a la escala Likert del cuestionario, en la parte derecha del mismo y consiste en preguntarle a la persona

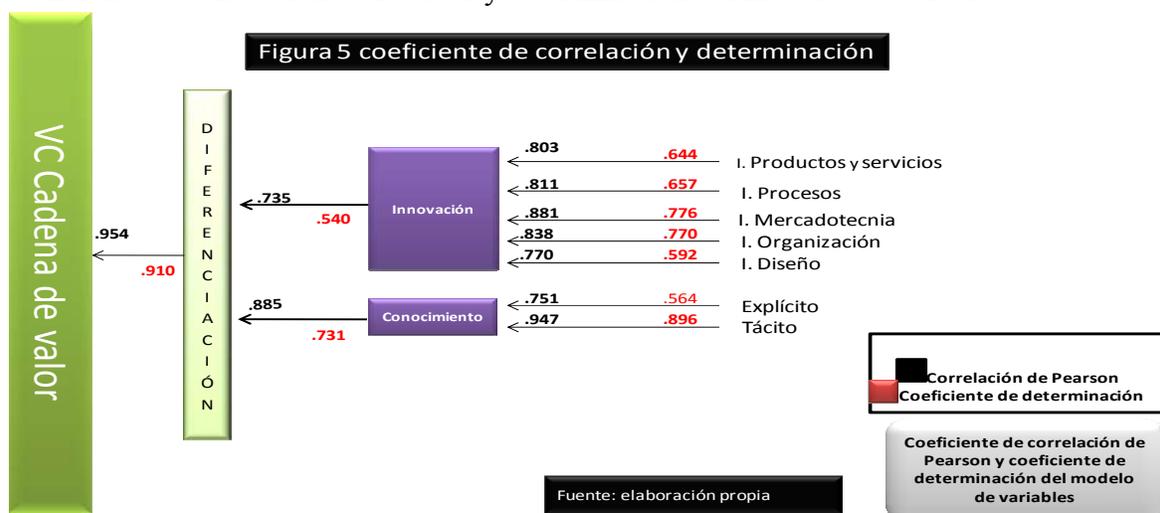
²¹⁴ Este método fue desarrollado por Rensis Likert a principios de los años treinta. Se trata sin embargo, de un enfoque vigente y bastante popularizado.

encuestada, que tan importante, (o sin importancia) tendría esa actividad para la empresa en la obtención o generación de ventajas competitivas para la empresa, independientemente de que no las realice (ver figura 4). De igual manera se formaron escalas para los resultados generales, dimensiones e indicadores, es decir la medición se realizó hasta indicadores



Índice de correlación de Pearson

El coeficiente de correlación de producto-momento de Pearson (r), se aplica a dos variables a nivel intercalar por lo menos, éste es un coeficiente de correlación paramétrico que indica con la mayor precisión cuándo dos cosas están correlacionadas, es decir, hasta qué punto una variación en una corresponde con una variación en otra, la figura 5 muestra el coeficiente de correlación de Pearson y determinación del modelo de variables.



Resultados del estudio

Aspectos vitales posteriores a la elaboración del cuestionario son la medición de la confiabilidad y validez se dice que un cuestionario es confiable cuando mide con la misma precisión, da los mismos resultados, en sucesivas aplicaciones realizadas en situaciones similares (Santillana, 1998).

variable	Cuestionario aplicado	Variable Innovación	Variable Conocimiento
Alfa de Cronbach	.962	.942	.920

Fuente: elaboración propia

Resultados generales de las dimensiones

El análisis de la dimensión de innovación arroja que tiene una media de 87.6 localizándose en el rango correspondiente a regular, sin embargo con una tendencia hacia el rango de alto tal y como se observa en la tabla 4, lo que indica que el nivel general de innovación desarrollado en todos los eslabones de la cadena de valor del aguacate es relativamente aceptable. La escala en la que se muestran los resultados se construye de la manera siguiente: $27 \times 5 = 135$; $27 \times 1 = 27$; $135 - 27 = 108 / 5 = 21.6$ con este resultado se construye los rangos de la escala.

1) muy bajo	2) bajo	3) regular	4) alto	5) muy alto
27	48.6	70.2	91.8	113.4
			135	

Fuente: Elaboración propia en base a la Investigación de campo

87.6

Resultados de los indicadores de innovación

La dimensión de innovación está conformada por cinco indicadores innovación de productos, procesos, mercadotecnia, organización y diseño. En análisis de la información recopilada en esta investigación arroja que la media del indicador innovación de producto es 16.3 ubicándose en el nivel de regular con una inclinación marcada hacia el rango de alto, los resultados se pueden observar en la tabla 5.

1) muy bajo	2) bajo	3) regular	4) alto	5) muy alto
5	9	13	17	21
			25	

Fuente: Elaboración propia en base a la Investigación de campo

16.3

El análisis de la información de la innovación de procesos, arroja que tiene una media de 9.7, estableciéndose en el nivel de regular con una inclinación muy marcada hacia el nivel de alto, ver tabla 6.

Tabla 6 Indicador innovación de procesos				
1) muy bajo	2) bajo	3) regular	4) alto	5) muy alto
3	5.4	7.8	10.2	12.6 15
Fuente: Elaboración propia en base a la Investigación de campo				

9.7

La innovación de mercadotecnia es otro de los indicadores de esta dimensión, el análisis de la información arroja que tiene una media de 9.6, ubicándose en el nivel de regular, ligeramente inferior a los 2 anteriores, los resultados se observan en la tabla 7.

Tabla 7 Indicador innovación de mercadotecnia				
1) muy bajo	2) bajo	3) regular	4) alto	5) muy alto
3	5.4	7.8	10.2	12.6 15
Fuente: elaboración propia con base en los datos de la investigación de campo				

9.3

La innovación de organización es otro de los indicadores de la dimensión de innovación, el proceso y resultados de la información muestran que este indicador tiene una media de 12.5 ubicándose en el nivel de regular, con una marcada inclinación hacia el rango de alto ver tabla 8.

Tabla 8 13 Indicador innovación de organización				
1) muy bajo	2) bajo	3) regular	4) alto	5) muy alto
4	7.2	10.4	13.6	16.8 20
Fuente: elaboración propia con base en los datos de la investigación de campo				

12.5

El último indicador de esta dimensión es la innovación de diseño, el cual tiene una media de 9.9, cayendo en el rango de regular, ver tabla 9. Estos resultados muestran un resultado muy similar que el resultado de la dimensión.

Tabla 9 Indicador innovación de mercadotecnia				
1) muy bajo	2) bajo	3) regular	4) alto	5) muy alto
3	5.4	7.8	10.2	12.6 15
Fuente: Elaboración propia en base a la Investigación de campo				

9.9

Resultados de la dimensión e indicadores conocimiento

El análisis de la información recopilada arroja que la media para la dimensión de conocimiento es de 69.9 (ver tabla 10) localizándose en la escala en el rango de regular, con una tendencia hacia el rango de alto. De manera general el conocimiento utilizado a lo largo de los eslabones de la cadena de valor del aguacate muestra una actividad regular, lo que se puede entender como una pequeña posibilidad de que se obtenga una ventaja competitiva a través de esta actividad.

Tabla 10 Dimensión conocimiento				
1) muy bajo	2) bajo	3) regular	4) alto	5) muy alto
22	39.6	57.2	74.8	92.4
Fuente: Elaboración propia en base a la Investigación de campo				

69.9

La dimensión de Conocimiento está formada por los indicadores de conocimiento explícito y conocimiento tácito. El análisis de la información muestra que el indicador conocimiento explícito tiene una media de 15.1 el cual cae en el rango de regular, ver la tabla 11. Este tipo de conocimiento a pesar de ser de fácil transmisión y aprendizaje tiene poca utilización en los eslabones de la cadena de valor con el objetivo de obtener una ventaja competitiva.

Tabla 11 Indicador conocimiento explícito				
1) muy bajo	2) bajo	3) regular	4) alto	5) muy alto
5	9	13	17	21
Fuente: Elaboración propia en base a la Investigación de campo				

15.1

El indicador de conocimiento tácito muestra una media de 45.3, instalándose en el rango de regular con una marcada inclinación al rango de alto, el resultado se puede ver en la tabla 12. Los resultados muestran que el conocimiento tácito tiene un buen nivel de utilización y disseminación entre los eslabones de la cadena de valor del aguacate, dando la posibilidad de obtener una ventaja competitiva mediante esta actividad.

Tabla 12 Indicador conocimiento tácito				
1) muy bajo	2) bajo	3) regular	4) alto	5) muy alto
14	25.2	36.4	47.6	58.8
Fuente: Elaboración propia en base a la Investigación de campo				

45.3

Resultados generales por eslabón de la cadena de valor

La tabla 13 muestra los resultados de la frecuencia de respuestas de la dimensión de innovación así como por eslabón de la cadena, se observa que el rango más seleccionado es

regular con 49 frecuencias, las opciones alto y bajo, con 40 y 11 frecuencias respectivamente.

Tabla 13 Dimensión de innovación						
Actividad de la empresa	Innovación					Total
	27--48.6 Muy bajo	48.7--70.2 Bajo	70.3--91.8 Regular	91.9--113.4 Alto	113.5--135 Muy alto	
Viveristas	0	5	20	5	0	30
Productores	3	4	18	22	3	50
Empacadores	0	1	8	11	2	22
Transportistas	0	1	3	2	1	7
Total	3	11	49	40	6	109

Fuente: Elaboración propia con base en la información de la investigación

Los resultados del análisis del desempeño de los agentes de la cadena de valor en relación a la Dimensión de Innovación, se muestra a continuación.

Empacadores 71.0% Viveristas 60.0%
Productores 68.4% Transportistas 60.0%

Los empacadores es el eslabón con el mayor porcentaje en la cadena, lo que representa que es el que más desempeña actividades destinadas o lograr innovaciones, los productores es el eslabón con mayor actividades de innovación.

Conocimiento

En la tabla 14 se muestra la frecuencia de respuestas emitidas por la personas encuestadas, en la que observa que el rango de regular tiene 58 frecuencias, alto 34 y bajo 13 frecuencias.

El análisis de desempeño de los agentes económicos de la cadena de valor en esta dimensión muestra que son los empacadores con el mejor desempeño, seguidos de los productores, lo que se intuye que estos agentes toman el conocimiento como una manera de mejorar sus ventaja competitiva.

Empacadores 70.9% Viveristas 58.0%
Productores 65.6% Transportistas 54.2%.

Conclusiones

Las organizaciones aguacateras enfrentan una competencia masiva interna y externa y compiten por una mejor posición en el mercado y por sobrevivir, emplean técnicas conocidas, las rutinas son consagradas por el tiempo con hábitos basados en la experiencia. La toma de decisiones viene de los procesos sobre la base de las experiencias pasadas que da el trabajo, la confianza y el instinto. Hay un cuerpo sustancial de conocimientos en lo que respecta al concepto de innovación. La innovación y conocimiento son considerados en la literatura actual como las únicas fuentes de ventaja competitiva sostenida

Es importante, que las empresas de la cadena de valor del aguacate entiendan que el conocimiento y la innovación deben de ser administradas exitosamente, en estos tiempos en los cuales estas estrategias son obligatorias para sobrevivir y competir.

Es evidente que las compañías tienen diferentes capacidades para manejar el conocimiento y generar innovaciones, los cuales se transformen en la entrega de beneficios a los clientes

Es importante que las empresas comprendan, que cuando se innova un producto o servicio, se requieren tener un conocimiento claro de lo que el cliente quiere y está interesado y lo que espera, para que se obtengan beneficios mutuos

Es importante, que las empresas de la cadena de valor del aguacate entiendan que el conocimiento y la innovación deben de ser administradas exitosamente, en estos tiempos en los cuales estas estrategias son obligatorias para sobrevivir y competir.

Referencias

- Acedo, F., Barroso, C., & Galan, J. L. (2006). The resource-based theory: dissemination and main trends. *Strategic Management Journal* , 27 (7), 621-36.
- Agropecuaria, I. (12 de Febrero de 2008). *iMAGEN Agropecuaria.Com*. Recuperado el Marzo de 2008
- Alderson, W. (1 de January de 1937). A marketing view of competition. *Journal of Marketing* .
- Anthony, S., Johnson, M., & Eyring, M. (2004). A Diagnostic for Disruptive Innovation. *Harvard Business School-Working Knowledge*.
- Autio, E., Hameri, A. p., & Vuola, O. (2004). A framework of industrial knowledge spillovers in big-science centers. *Research Policy* , 33 (1), 107-26.
- Bar-Eli, M., Galily, Y., & Israeli, A. (2008). Gaining and sustaining competitive advantage: on the strategic similarities between Maccabi Tel Aviv BC and FC Bayern München. *European Journal for Sport and Society* , 5 (1), 75-96.
- Barney, B. (1986). "Strategic Factor Markets: Expectations, Luck, and Business Strategy. *Management Science* (32), 1231-41.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management* , 17, 99-120.
- Becheikh, N., Landry, R., & Amara, N. (2006). Lessons from innovation empirical studies in the manufacturing sector: a systematic review of the literature from 1993-2003. *Technovation* , 26, 644-64.
- Bell, D. (2004). Grocery and food Service Trends. *National Farm Products* .
- Bonales, J., & Sánchez, . M. (2003). *Competitividad de las empresas exportadoras de aguacate*. Morelia, MICHOACÁN, MÉXICO: UMSNH.
- Bottazzi, L., & Peri, G. (2003). "Innovation and spillovers in regions: evidence from European patent data". *European Economic Review* , Vol. 47 (4), 687-710.
- Brown, S. L., & Eisenhardt, K. M. (1995). Product development: past research, present findings. *Academy of Management Review* , 20 (2), 343-78.

- Castanias, R., & Helfat, C. E. (1991). Managerial resources and rents. *Journal of Management* , 17 (1), 155-71.
- Chen, C., & Lin, B. (2004). The effects of environment, knowledge attribute organizational climate, and firm characteristics on knowledge sourcing decisions. *R&D Management* , 34 (2), 137-46.
- Cheney, S., & Jarrett, L. (2002). Up-front excellence for sustainable competitive advantage. (E. Host, Ed.) *Training and Development* , 4.
- Collins, D., & Montgomery, C. (1995). "Competing on Resources: Strategy in the 1990". *Harvard Business Review* , July-August, 118-129.
- Competitiveness, C. o. (2007). *Competitiveness Index, Where America Stands* . Washington D.C.: Council of Competitiveness.
- Daft, R. (1983). *Organization theory and design*. New York: West.
- Das, T., & Kumar, R. (2010). Interpartner sensemaking in strategic alliances. *Management Decision* , 48 (1), 17-36.
- Drucker, P. (1993). *Post-Capitalist Society*. New York: Harper Business.
- Dyer, J., & Singh, H. (1998). The Relational View: Cooperative Strategy and Sources of International Competitive Advantage. *Academy of Management Review* , 23 (4), 660-679.
- Englhis, B., Solomon, M., Goldsmith, M., & Davey, M. (2005). Knowledge management as competitive advantage: lessons from the textile and apparel value chain. (E. G. Limited, Ed.) *JOURNAL OF KNOWLEDGE MANAGEMENT* , 9 (2), 91-102.
- Ghemawat, P. (1986). Sustainable Advantage. *Harvard Business Review* , 5 (64), 53-58.
- Grant, R., & Baden-Fuller, C. (2004). A knowledge accessing theory of strategic alliances. *Journal of Management Studies* , 41 (1), 61-84.
- Grimm, C., Lee, H., & Smith, K. (2006). *Strategy as action: Competitive Dynamics and Competitive Advantage*. Oxford New York: Oxford University Press Inc.
- Grønhaug, K., & Geir, O. G. (2007). Can theoretical knowledge and application yield competitive advantage? (E. G. Limited, Ed.) *Marketing Intelligence & Planning* , 25 (3), 232-240.
- Gulati, R., Nohria, N., & Zaheer, A. (2000). Strategic networks. *Strategic Management Journal* , 21 (3), 203-15.
- Hamel, G. (1991). Competition for competence and inter-partner learning within international strategic alliances. *Strategic Management Journal* , 12, 83-103.
- Haveman, H. (1993). Follow the leader: mimetic isomorphism and entry into new markets. *Administrative Science Quarterly* , 38 (4), 593-627.
- Henard, D., & McFadyen, M. (2006). R&D KNOWLEDGE IS POWER. (A. Global, Ed.) *Research Technology Management* , 49 (3), 41.
- Hernandez Sampieri, R., & Fernandez, C. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.

- Hitt, M. A., Keats, B. A., & DeMarie, S. M. (1998). Navigating in the new competitive landscape: Building strategic flexibility and competitive advantage in the 21st century. *Academy of Management Executive* , 12, 22–42.
- Hoskinsson, R., Hitt, M. A., Wan, W. P., & Yiu, D. (1999). Theory and research in strategic management: swings of a pendulum. *Journal of Management* , 25 (3), 417-56.
- Kogut, B., & Zander, U. (1992). Knowledge of the firm, combinative capabilities, and the replication of technology. *Organization Science* , 3 (3), 383-398.
- Lubatkin, M., Florin, J., & Lane, P. (2001). Learning together and apart: a model of reciprocal interfirm learning. *Human Relations* , 54 (10), 1353-65.
- Lundvall, B. (1992). National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning. *Frances Printer* .
- Mahoney, J., & Pandian, J. R. (1992). The resource-based view within the conversation of strategic management. *Strategic Management Journal* , 13 (5), 363-80.
- Molina, J., & Dyer, J. H. (1999). On the relational view/response to relational view commentary. *Academy of Management Review* , 24 (2), 184-6.
- Montes, F. J., Moreno, A. R., & Fernández, L. M. (2004). Assessing the organizational climate and contractual relationship for perceptions of support for innovation. *International Journal of Manpower* , 25 (2), 167-80.
- Morales, M., & Pech, J. L. (2000). Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos. *Revista de Contaduría y Administración* (197), 48-50.
- Naamani, G. (2007). Agrexco Tel-Aviv, Israel.
- Nations, United. (19 de February de 2007). GLOBAL VALUE CHAINS FOR BUILDING NATIONAL PRODUCTIVE CAPACITIES. *TRADE AND DEVELOPMENT BOARD* , 4.
- Noguera, J., & Pecchechnino, R. (2007). “OPEC and the international oil market: can a cartel fuel the engine of economic development. *International Journal of Industrial Organization* , 25 (1), 187-99.
- Nonaka, I., & Takeuchi, . H. (1995). "The Knowledge-creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation. *Oxford University Press* .
- Nonaka, I; Takeuchi, H. (1999). *La organización creadora de conocimiento; como las compañías japonesas crean la dinámica de la innovación*. Ciudad de México, México: Oxford University Press.
- O’Shannassy, T. (2008). Sustainable competitive advantage or temporary competitive advantage :Improving understanding of an important strategy construct. (E. G. Limited, Ed.) *Journal of Strategy and Management* , 1 (2), 168-180.
- Ortt, J., & Smits, R. (2006). Innovation management: different approaches to cope with the same trend. *International Journal of Technology Management* , 34 , 296-318.
- Pateli, A. (2009). Decision making on governance of strategic technology alliances. *Management Decision* , 47 (2), 246-70.

- Peteraf, M. (1993). The cornerstones of competitive advantage: a resource-based perspective. *Strategic Management Journal* , 14 (3), 179-91.
- Pillania, R. (2008). New Knowledge Creation Scenario in Indian Industry. *Global Journal of Flexible Systems Management* , 6 (3), 49-57.
- Porter, H. (2005). Detecting collusion. *Review of Industrial Organization* , 26 (2), 147-67.
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage* (Vigésima reimpresión ed.). (F. Press, Ed.) México: Editoreal Continental.
- Ren, L., Xie, G., & Krabbendam, K. (2010). Sustainable competitive advantage and marketing innovation within firms A pragmatic approach for Chinese firms. *Management Research Review* , 33 (1), 79-89.
- Ritala, P., & Hanna-Kaisa, E. (2010). Competitive advantage in interfirm cooperation: old and new explanations. *Competitiveness Review: An International Business Journal* , 20 (5), 367-383.
- Roberts, E. B. (2007). Managing invention and innovation. *Research Technology Management* , 49 (1), 35–54.
- Rumelt, R. P. (2003). What in the World is Competitive Advantage? *Policy Working Paper* , 5.
- Rumelt, R. (1974). Strategy, Structure and economic performance. *Harvard Business School, Cambridge MA*.
- Sánchez, G. (2007). *El Cluster del Aguacate en Michoacán*. Uruapan, Michoacán, México: Fundación Produce Michoacán.
- Santillana. (1998). *Diccionario de las Ciencias de la Educación* (Undécima edición ed.). México: Editoreal Santillana.
- Scarbrough, H. (1995). Blackboxes. Hostages and Prisoners. *Organization Studies* , 991–1019.
- Spanos, Y., & Lioukas, S. (2001). An examination into the causal logic of rent generation contrasting Porter's competitive strategy framework and the resource-based perspective. *Strategic Management Journal* , 22 (10), 907-34.
- Teece, D. (1984). Economic analysis and strategic management. *California Management Review* , 26 (3), 87-110.
- Tirole, J. (2003). *The Theory of Industrial Organization*. Cambridge, MA.: MIT Press.
- Van Den Bosch, F., Baaij, M., & Volberda, H. (April de 2005). How Knowledge accumulation changed the competitive advantage of strategy consulting firms. (D. o. Environment, Ed.) *ERIM Report Series Research in Management* .
- Venegas, B., & Loredo, , N. (2008). El empleo de la cadena de valor en la búsqueda de la competitividad.
- Walters, D., & Rainbird, M. (2007). Cooperative innovation: a value chain approach. *Journal of Enterprise Information Management* , 20 (5), 595-607.

- Wang, Y.-L., Wang, Y.-D., & Horng, R.-Y. (2010). Learning and innovation in small and medium enterprises. (E. G. Limited, Ed.) *Industrial Management & Data Systems* , 110 (2), 175-192.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal* , 5 (2), 171-80.
- Wernerfelt, B. (1995). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal* , 5, 171-80.
- Zeng, Z. (2009). The comparison of innovation activities and international trade effect in China and Japan in the era of knowledge economy Empirical research on patents as an example. (E. G. Limited, Ed.) *Journal of Chinese Economic and Foreign Trade Studies* , 2 (3), 211-228.

LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS, VENTAJA COMPETITIVA PARA LAS EMPRESAS EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES. UN ENFOQUE TEÓRICO.

Evaristo Galeana Figueroa egaleana@umich.mx Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
Gerardo Manuel Castañeda López. gerardocasta@yahoo.com.mx Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

Resumen:

Las empresas en el terreno de los negocios buscan sus beneficios extraordinarios y a largo plazo, identificando las fuerzas competitivas del mercado o una combinación única de los factores de la producción. Conservar la ventaja competitiva, estará basada en los recursos y capacidades de la empresa, las causas del éxito de las empresas, será generado por los recursos que posee y las capacidades que sean valiosas, escasas, inimitables e insustituibles.

Palabras clave: empresas, ventaja competitiva, recursos, capacidades.

Abstract

The companies in the field of businesses are looking for their extraordinary benefits in the long term, identifying the competitive forces of the market or a unique combination of the factors of the production. Maintain competitive advantage, it will be based on the resources and capabilities of the company, the causes of the success of the companies, will be generated by the resources it has and the capabilities that are valuable, rare, inimitable and irreplaceable.

Key words companies, competitive advantage, resources, capabilities.

Introducción.

Conforme las compañías evolucionan de entidades destinadas a atender mercados domésticos a multinacionales, su estructura organizacional y sistemas de control deben de cambiar para reflejar nuevas estrategias. Las estructuras organizacionales, las capacidades de las organizaciones para implantar estrategias y sistemas de control tienen que ser ajustados conforme las condiciones del mercado cambian.

Las estructuras organizacionales presentan el marco para desarrollar los procesos de toma de decisiones, (Czikota, Ronkainen, et al 2007) incrementando la posibilidad de éxito en el proceso de exportación.

Establecer cuál es nivel de operaciones que se necesita alcanzar para sugerir cómo pueden seleccionarse los mercados para la expansión internacional, cómo evaluar su demanda y como diseñar las estrategias apropiadas para su desarrollo, deben tenerlo en cuenta las empresas involucradas en los negocios internacionales (Czikota, Ronkainen, et al 2007).

Los servicios son el sector de más rápido crecimiento en el comercio mundial. Los servicios pueden complementar los bienes; en otras ocasiones, los bienes pueden complementar los servicios. Ofrecer bienes que necesitan de soporte y mantenimiento tecnológico sustancial, pueden no ser útiles si no puede proporcionarse la seguridad de un servicio apropiado.

Para la empresa que desea internacionalizarse, las ubicaciones del cliente y las oportunidades de suministro están muy dispersas. La empresa puede obtener una posición estratégicamente ventajosa sólo si es capaz de administrar con éxito complejas redes internacionales conformadas por sus proveedores, terceras partes y sus clientes.

El descuido de enlaces dentro y fuera de la empresa produce no solo altos costos, también una falta de competitividad debida a una disminuida participación del mercado, suministros más caros y/o menores utilidades.

La maximización de la riqueza de los de todos los interesados, tomando en consideración no solamente la rentabilidad de la empresa, sino también el bienestar social. Estos objetivos se obtendrán a través de: administración de los impuestos; administración de las divisas y administración de fondos.

Si se aspira a ser un administrador con éxito, uno de los talentos que deben desarrollarse es el de la toma de decisiones. Habrá que aprender a buscar el contexto de problemas y oportunidades, obtener la información necesaria, identificar las alternativas disponibles, reflexionar sobre ellas con cuidado, tomar una decisión personal y seguir adelante (Daniels, Radenbaugh, et al 2004).

El proceso de toma de decisiones implica cinco pasos: (Koontz, Heinz et al 2008). Definir el problema, identificar las alternativas, determinar los criterios, evaluar las alternativas y escoger una alternativa.

Las organizaciones tienen dos objetivos de recursos humanos generales. El primero es el reclutamiento y retención de una fuerza de trabajo integrada por las mejores personas disponibles para las tareas a realizar. El segundo objetivo es el de incrementar la efectividad de la fuerza de trabajo, esto depende en mayor grado del logro del primer objetivo.

Para alcanzar estos objetivos (Werther, Davis, et al 2000), las actividades y habilidades necesarias incluyen: 1. Planeación y dotación de personal, la evaluación de las necesidades del personal y el reclutamiento. 2. Capacitación del personal. 3. Compensación de los empleados. 4. Comprensión de las relaciones mano de obra-administración.

(Daniels, Radenbaugh, et al 2004) dicen: “Las empresas de un país desviarán sus recursos hacia el sector extranjero sólo si perciben que las oportunidades internacionales pueden ser mayores que las domésticas”.

Teoría de la firma.

(Coase, 1937) se hace una pregunta básica: ¿Por qué existen las firmas? Su existencia estará determinada por su habilidad para economizar en ciertos costos del uso del mercado y, por lo tanto, la organización de cierta actividad económica que se realizará si los costos de coordinación de la producción son menores que los costos en que se incurre si se compra este insumo a través del mercado.

(Williamson, 1975), incorpora nuevos elementos a la teoría original (Coase, 1937), dos conceptos fundamentales para la teoría basada en los costos de transacción son la especificidad de los activos y los del oportunismos.

En los últimos años, se ha desarrollado conceptos que argumentan que los límites de la firma y la asignación de la propiedad de los activos pueden ser entendidos en términos de derechos de propiedad y contratos incompleto. (Hart, Moore, 1990).

Los anteriores planteamientos no explican la existencia y límites de las grandes empresas, donde la propiedad y la administración están fuertemente separadas (Holmstrom, 1999) aborda esta situación estableciendo que son las firmas las que poseen los activos, porque ellas modifican los incentivos, por ejemplo, de los trabajadores y administradores, e implementar mejores sistemas de trabajo y remuneraciones.

En particular el enfoque basado en el conocimiento (Tarziján, 2003), presentado desde el área de la administración estratégica, las empresas necesitan activos específicos tanto físicos como humanos, en donde se incrementan los límites en relación con una dotación de capital complementario con el resto de los factores, aumentando la eficiencia en el desempeño de las actividades de la firma y las ganancias por coordinarlas internamente.

La teoría de la firma basada en el conocimiento.

Este enfoque enfatiza la existencia de capacidades únicas para la determinación de las ventajas competitivas de una firma. Estas capacidades constituyen la base de conocimiento de la empresa y, como tales, son vistas como paquetes de rutinas de una naturaleza tácita que son de propiedad de la firma más que de los individuos, y son operadas por equipos de personas y administradores.

El análisis de los planteamientos de Kogut y Zander; Monteverde; Grant Morán y Goshal con este enfoque hacen interesante y por supuesto enriquecedora esta línea de investigación.

Alchain y Demsetz ubican límites de la firma dados por la disminución de conflictos de interés en la coordinación de miembros de equipo necesario para producción cuando hay información imperfecta del comportamiento de cada uno planteando una solución a través de estar claro que el problema de monitoreo se supera a través de entrega de derechos residuales de propiedad al que esté dispuesto a coordinar y vigilar el comportamiento del equipo; donde estos derechos representan la firma.

En otro enfoque Jensen y Meckling analizan que la empresa se limitará en función de minimizar problemas de agencia entre diferentes participantes de relaciones contractuales y para solucionarlo se debe entender que la firma es un conjunto de relaciones contractuales entre diversos constituyentes que tienen como objetivo coordinar sus actividades y disminuir conflictos de interés entre las partes.

Finalmente (Tarziján, 2003) analiza que Baker, Jensen y Murphy establecen que la identificación de los límites de la empresa estarán determinados si se sabe coordinar las relaciones entre principales y agentes a través del adecuado establecimiento de incentivos por lo que deberá de identificar su capacidad para realizar la coordinación entre principales y agentes.

Teoría de la Competitividad.

La competitividad de las empresas ha sido un tema tratado por los países que se encuentran inmersos en la globalización. (Porter M., 1991) “Son las empresas, no las naciones quienes compiten en los mercados internacionales”. Nos hace reflexionar acerca de la importancia que tienen las empresas en los mercados internacionales, y son éstas las que establecen el prestigio, la confianza y la calidad de los productos y servicios que ofrece, asociado con su país de origen.

La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y por consecuencia, la productividad de los otros oferentes del mercado. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país.

De acuerdo a Porter, la competitividad (Porter M., 1991), “es un indicador que mide o cuantifica la capacidad de una nación de competir frente a sus socios comerciales.”

El Foro Económico Mundial (WEF, 2010), define la competitividad como “el sistema de instituciones, políticas, y factores que determinan el nivel de productividad de un país.”

El Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO, 2010) define la competitividad como “la capacidad de atraer y retener inversiones y talento.” A partir de este informe, se modifica la definición de competitividad y se agrega el concepto ‘talento’, para lo cual este mismo reporte aclara: “La inclusión de esta variable se justifica por la creciente competencia mundial por los trabajadores más calificados. El talento se define como la

proporción de la población entre 24 y 35 años con educación terciaria, más los alumnos extranjeros (para el caso de las entidades federativas, se considerarán aquellos alumnos que no son originarios del estado), que son recibidos en proporción a su población.”

Como puede desarrollarse el talento, (IMCO, 2008), dice que se logrará realizando las siguientes acciones: reestructurar sector educativo; invertir en formación de cuadros de excelencia en ciencias; fomentar inmigración de científicos; garantizar derechos de propiedad intelectual; fortalecer mercado de venture capital y estimular competencia en sectores clave.

Factores de la Competitividad.

El Foro Económico Mundial (WEF, 2010), identifica 12 pilares de la competitividad y los agrupa en 3 etapas: 1. Requerimientos básicos. Que incluye 4 pilares, Instituciones, Infraestructura, Estabilidad macroeconómica y Salud y educación primaria. 2. Reforzadores de la eficiencia. Consideran a 6 pilares, tales como: Educación y entrenamiento superior, eficiencia del mercado de productos, eficiencia del mercado laboral, desarrollo del mercado financiero, desarrollo tecnológico y el tamaño de los mercados. 3. Factores de innovación y sofisticación. Finalmente se toman en cuenta en esta etapa la sofisticación de los negocios y la innovación.

La metodología del IMD World Competitive Yearbook, mide cómo una economía gestiona la totalidad de sus recursos y competencias a fin de incrementar el bienestar de su población. Basa su medición en cuatro factores: **desempeño económico, eficiencia del gobierno, eficiencia de las empresas e infraestructura.**

El Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO, 2009) en su reporte acerca de la Competitividad Internacional 2009, identifica 10 factores para determinar su índice, a saber: I. Sistema de derecho confiable y objetivo. II. Manejo sustentable del medio ambiente. III. Sociedad incluyente, preparada y sana. IV. Macroeconomía estable. V. Sistema político estable y funcional. VI. Mercados de factores eficientes. VII. Sectores precusores de clase mundial. VIII. Gobiernos eficientes y eficaces. IX. Aprovechamiento de las relaciones internacionales y X. Sectores económicos en vigorosa competencia.

Administración estratégica.

La administración estratégica (Davis, 2008), se define como “el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multifuncionales que les permitan a una organización lograr sus objetivos. El proceso de administración estratégica consta de tres etapas: formulación, implementación y evaluación de la estrategia.

Otros autores identifican al proceso de planeación estratégica (Hill, Jones, 2005), en cinco pasos: 1. Selección de la misión corporativa y de sus principales metas. 2. Analizar el ambiente competitivo externo de la organización para identificar oportunidades y amenazas. 3. Analizar el ambiente operativo interno de la organización para identificar

fuerzas y debilidades. 4. Seleccionar estrategias que construyan sobre las fuerzas de la organización y corrijan sus debilidades para poder aprovechar las oportunidades externas y oponerse a las amenazas externas y 5. Poner la estrategia en práctica.

El objetivo principal de la administración estratégica es alcanzar y conservar una ventaja competitiva.

Estrategia Competitiva.

La estrategia competitiva es la búsqueda de una posición competitiva favorable en un sector industrial, la arena fundamental en la que ocurre la competencia. La estrategia competitiva trata de establecer una posición provechosa y sostenible contra las fuerzas que determinan la competencia en el sector industrial. (Porter M., 1999).

Dos cuestiones importantes sostienen la elección de la estrategia competitiva. La primera, es el atractivo de los sectores industriales para la utilidad a largo plazo y la segunda, los factores que lo determinan.

En este sentido también se define que “para tener niveles eficientes de competitividad, se debe asegurar que toda actividad esté bien hecha y posteriormente aplicar procesos de mejora continua para que siempre sea competitiva” afirma García S.G. (1993), citado por Flores R.B. (Flores, 2007).

Las fuerzas que mueven la competencia del sector industrial, se identifican (Porter M., 1999), como:

1. Competidores del sector. Rivalidad.
2. Competidores potenciales. Nuevos ingresos.
3. Compradores. Poder negociador.
4. Proveedores. Poder negociador.
5. Sustitutos. Amenaza.

Las estrategias competitivas genéricas son:

1. Liderazgo general en costos.
2. Diferenciación.
3. Enfoque o alta segmentación.

Escoger una estrategia implica tomar decisiones, que son: integración vertical; incremento de la capacidad instalada; ingreso a nuevos sectores industriales.

Ventaja Competitiva

En el mundo de los negocios, (Hill, Jones, 2005), lo común es que se considere al desempeño superior en términos de la rentabilidad de una empresa en relación con las otras del mismo tipo de negocios o industria, o en uno semejante.

La empresa debe esforzarse para lograr una ventaja competitiva sostenida mediante: (Davis, 2008).

1. La adaptación continua a los cambios y tendencias y los sucesos externos, así como en las capacidades, competencias y recursos internos.
2. La formulación, implementación y evaluación eficaces de estrategias que saquen el mayor provecho de estos factores.

Como resultado natural de elegir una estrategia, es fundamental conocer que es la ventaja competitiva, en que se basa, cuáles son sus principios, sus alcances y sus implicaciones. Para esto, tomaremos como base al clásico en este sentido.

Entenderemos que la ventaja competitiva, no se puede entender si se observa a la empresa en su conjunto, mas bien, nace de muchas actividades discretas que ejecuta al diseñar, fabricar, comercializar entregar y apoyar su producto (Porter M. E., 2003).

Esta ventaja en primera instancia estará dada por ‘la cadena de valor’, que estará integrada a un flujo más grande de actividades denominado sistema de valores. Una empresa es rentable si su valor rebasa los costos de crear su producto, la cadena de valor contiene el valor total y consta de actividades relacionadas con valores y de margen. El margen es la diferencia entre el valor total y el costo colectivo de efectuarlas.

Toda actividad de valor utiliza insumos adquiridos, recursos humanos y alguna clase de tecnología, para cumplir su función.

Las actividades de valor se dividen en dos grandes grupos: las primarias y las de apoyo. Las actividades primarias, son las que intervienen en la creación física del producto, en su venta y transferencia al cliente, así como en la asistencia posterior a la venta. Las actividades de apoyo respaldan a las primarias y viceversa, al ofrecer insumos, tecnología, recursos humanos y diversas funciones globales.

Las actividades primarias se identifican en: logística de entrada; operaciones; logística de salida; mercadotecnia y ventas y finalmente servicio. Las actividades de apoyo serán: adquisición; desarrollo tecnológico; administración de recursos humanos e infraestructura organizacional.

La ventaja competitiva también estará dada por los costos, y se puede conseguir de dos maneras: controlado los factores de costos y reconfigurando la cadena de valor.

Una empresa se diferencia de sus rivales cuando ofrece algo especial que aprecian los compradores, además de dar un precio bajo. La diferenciación también proporciona ventaja competitiva, porque le permite a la empresa imponer un precio elevado, vender más de su producto a cierto precio u obtener los beneficios equivalentes como mayor lealtad de los clientes durante las depresiones cíclicas o estacionales.

La tecnología afecta a la ventaja competitiva si contribuye decisivamente a determinar la posición relativa en costos o la diferenciación.

También (De Cenzo y Robbins, 2006, p. 6), nos dicen “los empleados de la organización pueden contribuir a obtener y mantener una ventaja competitiva.”

Teoría de los recursos y las capacidades.

Las empresas en el terreno de los negocios buscan sus beneficios extraordinarios y a largo plazo, identificando las fuerzas competitivas del mercado o una combinación única de los factores de la producción. Conservar la ventaja competitiva, estará basada en los recursos y capacidades de la empresa, las causas del éxito de las empresas, será generado por los recursos que posee y las capacidades que sean valiosas, escasas, inimitables e insustituibles.

La estrategia se establece con base a dos premisas (Grant, 1991) 1. Los recursos y capacidades internos proveen la dirección básica para la estrategia de la firma y 2. Los recursos y capacidades son la fuente primaria de los beneficios o rentabilidad para la firma.

La teoría de recursos y capacidades (Fong, 1998) sugiere que los beneficios extraordinarios de las empresas son los ingresos generados por recursos especialmente valiosos, que se convierten en una fuente de ventaja competitiva para la empresa.

También es importante que las empresas y sus empleados sean capaces de explotar y combinar los recursos innovadores a través de procedimientos para elaborar nuevos productos y procesos para impactar la oportunidad que presentan los mercados. (Saranga & Beine, 2011).

Un recurso de la empresa puede ser desde la materia prima que es utilizada en el proceso de producción, hasta el personal que trabaja en la misma. La definición se hará tomando en cuenta un doble nivel de agregación: en el primero, se encuentran los recursos considerados de forma individual; mientras que en el segundo nivel se refiere a las relaciones existentes entre los diferentes recursos de la empresa.

Los recursos considerados de forma aislada no son útiles para la empresa, sino que para que es necesario que sean gestionados y combinados adecuadamente por parte de ésta.

Por capacidad se entiende la habilidad de los recursos de la empresa para poder desarrollar una determinada tarea, esto es, una combinación dinámica de recursos y de conductas, que

permiten obtener una adecuada coordinación de éstos y, con ello, la realización eficaz de una determinada actividad.

Existen dos características esenciales en el concepto de capacidad: la primera, hace referencia a la coordinación de recursos; la segunda, al carácter dinámico de esta coordinación. En este sentido, las capacidades son procesos que, basados en la información específica de la empresa y teniendo en cuenta como ésta se desarrolla a lo largo del tiempo, manifiestan las diferentes interacciones entre sus recursos.

No es siempre sencillo llegar a distinguir un recurso de la empresa frente a una capacidad. Para ello, podemos tomar como punto de partida dos criterios claves: en el primero, se concede un carácter stock a los recursos frente a un carácter flujo de las capacidades. Ello quiere decir que los recursos son elementos individuales que posee la empresa con independencia de la actividad a la que se van a dedicar, mientras que las capacidades manifiestan la forma de utilizar estos recursos.

Por su parte, en el segundo de los criterios se señala el carácter individual de los recursos frente al cúmulo de las capacidades, ya que éstas últimas sólo existen en el momento en que se produce una coordinación para llevar a cabo una actividad en la empresa. Los intangibles son considerados en la actualidad como la fuente real de ventaja competitiva.

Los recursos de la empresa.

Para que una empresa pueda lograr sus objetivos, (Munch, 2006), es necesario que cuente con una serie de elementos, recursos o insumos que conjugados armónicamente contribuyen a su funcionamiento adecuado, dichos recursos son:

- Recursos materiales: Son los bienes tangibles con que cuenta la empresa para brindar sus servicios,
- Recursos técnicos: Son aquellos que sirven como herramientas e instrumentos auxiliares en la coordinación de los otros recursos,
- Recursos humanos: Estos recursos son indispensables para cualquier grupo social; ya que de ellos depende el manejo y funcionamiento de los demás recursos.

Los Recursos Humanos poseen las siguientes características:

- a. Posibilidad de desarrollo.
 - b. Ideas, imaginación, creatividad, habilidades.
 - c. Sentimientos
 - d. Experiencias, conocimientos, etc.
- Recursos Financieros: Son los recursos monetarios propios y ajenos con los que cuenta la empresa, indispensables para su buen funcionamiento y desarrollo, En este sentido, el recurso más valioso de la empresa, es el recurso humano, (Chiavenato, 2001), y las personas que la integran establecerán la ventaja competitiva replicante de la empresa.

La administración de los recursos humanos (ARH), es un elemento clave para el éxito de las empresas que se deciden por la exportación. (Daniels, Radenbaugh, et al 2004). Fundamental para que los productos o servicios que se exportan se establezcan con éxito en él o los países elegidos.

Administración de los recursos humanos.

La productividad de los empleados es uno de los determinantes claves de la eficiencia, de la estructura de costos y de la rentabilidad de una empresa. Cuando los empleados son productivos, (Hill, Jones, 2005), pueden reducir el costo de los bienes que se venden como un porcentaje de los ingresos; cuando lo es la fuerza de ventas, puede aumentar los ingresos por ventas para un nivel determinado de gastos...”

En este sentido, (Koontz, Heinz, et al 2008), definen a la administración como el proceso de diseñar y mantener un ambiente donde individuos, que trabajan juntos en grupos, cumplen metas específicas de manera eficiente.

Según (Chiavenato, 2000), la administración es "el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales".

(Montana, 2002), dice: administración, es trabajar con y mediante otras personas para lograr los objetivos, tanto de la organización como de sus integrantes.

Para (Robbins, Coulter, 2005), la administración es la "coordinación de las actividades de trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas".

(Hitt, Black, et al 2006), definen la administración como "el proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional".

Según (Diez de Castro, García del Junco, et al 2001), la administración es "el conjunto de las funciones o procesos básicos (planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar) que, realizados convenientemente, repercuten de forma positiva en la eficacia y eficiencia de la actividad realizada en la organización".

(Oliveira, 2002), define la administración como "un conjunto de actividades dirigido a aprovechar los recursos de manera eficiente y eficaz con el propósito de alcanzar uno o varios objetivos o metas de la organización".

Muchos estudiosos y gerentes han encontrado que una útil y clara organización del conocimiento facilita el análisis de la administración en cinco funciones gerenciales (Koontz, Heinz, et al 2008):

1. Planear. Seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones para alcanzarlos, lo cual requiere toma de decisiones.

2. Organizar. Establecimiento de una estructura intencional de roles para que las personas se desempeñen en una organización.
3. Integrar personal. Cubrir y mantener cubiertas las posiciones en la estructura de la organización.
4. Dirigir. Influir a las personas para que contribuyan a las metas organizacionales y de grupo.
5. Controlar. Medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que los sucesos se conformen a los planes.

Hace dos o tres décadas atrás se definía los recursos humanos simplemente como aquella que proporcionaba la fuerza laboral a una organización (rrhh-web.com, 2006). Actualmente, esa definición ha evolucionado y ahora se considera a los recursos humanos como el estudio que ayuda a las organizaciones a obtener, desarrollar, mantener y conservar el número y el tipo adecuado de colaboradores.

(Dessler, Varela, 2004), nos dicen que la administración de los recursos humanos (ARH), “Se refiere a las prácticas y políticas necesarias para manejar los asuntos que tienen que ver con las relaciones humanas del trabajo administrativo; en específico, se trata de reclutar, capacitar, evaluar, remunerar y ofrecer un ambiente seguro y equitativo para los empleados de la compañía.”

La ARH involucra todas las decisiones gerenciales y prácticas que afectan e influyen a la gente. Los recursos humanos ahora son considerados como una pieza clave en el desarrollo de las empresas, ya que permite la realización de las metas de éstas elevando su papel a una posición estratégica.

Los objetivos son los que guían la función de la administración de los recursos humanos: Objetivos corporativos, Objetivos funcionales, Objetivos sociales, Objetivos personales.

La importancia de los recursos humanos en las empresas actuales se desglosa de la siguiente manera:

- Debe guiar a la dirección y a la gerencia en relación con los aspectos humanos de la misma.
- Es una función profesional, integrada por personas dedicadas al desarrollo de los empleados de forma tal que sea satisfactorio para ellos y benéfico para la organización.
- El área de Recursos Humanos es un puente entre las necesidades de productividad de la organización y las necesidades de satisfacción de los empleados.
- Es un puente entre las necesidades de productividad y efectividad de la organización y las necesidades de satisfacción, desarrollo personal y de trabajo de los empleados.
- Es un área de apoyo para el logro de los objetivos de toda la organización.
- Evalúa en términos de resultados cuantificables al igual que todas las demás áreas.

Al buscar aportaciones de los directores y gerentes de recursos humanos, las organizaciones no pierden de vista las tendencias actuales (Bohlander, Snell, 2008), durante la década anterior los retos competitivos y de administración de los recursos humanos, se resumen en los siguientes: ser global; adoptar la nueva tecnología; administrar el cambio; administrar el talento o capital humano; responder al mercado y contener los costos.

Las competencias.

El término ‘competencia’ tienen tres acepciones distintas, (Real Academia Española, 2001), una de ellas se refiere a la *incumbencia*, también significa el ámbito legal de atribuciones que corresponden a una entidad pública o a una entidad judicial o administrativa; mas para nuestros propósitos entenderemos por *competencia*: la pericia, aptitud, idoneidad para hacer algo o intervenir en un asunto determinado.

En este caso, (Spencer, Spencer, 1993), define competencia como, “una característica subyacente en una persona que esa causalmente relacionada con el desempeño, referido a un criterio superior o efectivo”.

En la Organización Internacional del Trabajo, (OIT, 1997), Ducci define la competencia laboral como a construcción social de aprendizajes significativos y útiles para el desempeño productivo en una situación real de trabajo que se obtiene no sólo a través de la instrucción, sino también –y en gran medida- mediante el aprendizaje por experiencia en situaciones de trabajo.”

Nos dice (Mertens, 1996), que “La competitividad, la productividad, la calidad de los procesos y productos son los nuevos imperativos que jalonan el actual crecimiento económico productivo y que están llevando a nuestras empresas y trabajadores a tener que lograr el desarrollo de otras capacidades, como la innovación y la adecuación, para poder enfrentar los retos que impone esta nueva realidad.”

La mejora de la productividad no necesariamente significa una mejora de la posición competitiva en el mercado o que se logren sus objetivos generales propuestos. La productividad es una expresión entre un resultado y un insumo; falta precisar si el resultado es aceptado por el mercado y visto como una mejora por los clientes.

La competitividad está fundamentalmente relacionada a la habilidad organizacional para crear constantemente valor agregado para el cliente. Esto depende a su vez de la creatividad de los individuos y el soporte que la organización del trabajo puede dar para interactuar y aprender. Cuando la creatividad es el principal determinante de la competitividad, la relación entre capital social y productividad es casi autoexplicable.

Conclusiones:

Las fuerzas externas a la empresa, proporcionan una referencia clara para definir la estrategia que se ejecutará para conquistar los mercados, tomando en cuenta a los

competidores, las barreras de entrada, los requerimientos de los clientes, la predominancia de los proveedores y los bienes o servicios sustitutos.

Más fundamentalmente el análisis interno de la empresa, permitirá lograr beneficios a largo plazo, generando una ventaja competitiva sostenible identificando los recursos y capacidades de la empresa, en una combinación única.

Las personas que integran la empresa, son el recurso base e inimitable, por su naturaleza insustituible y valiosa, generando ambientes que generen la fidelidad de este factor, satisfaciendo los intereses de la empresa y los propios de manera simultánea.

Referencias bibliográficas:

- Bohlander, G., & Snell, S. (2008). Administración de recursos humanos. México: Cenage Learning Editores, S.A. de C.V.
- Chiavenato, I. (2001). Administración de los recursos humanos. Colombia: Quinta Edición. Mc Graw-Hill, S.A.
- Chiavenato, I. (2000). Introducción a la Teoría General de la Administración. México: Mc Graw Hill.
- Coase, R. H. (1937). The Nature of the firm. Economics, New Series, Vol 4, N°. 16 , 386 - 405.
- Czikota, M. R., Ronkainen, I. A., & Moffet, M. H. (2007). Negocios Internacionales. México: Cenage Learning Editores.
- Daniels, J., Radenbaugh, L. H., & Sullivan, D. P. (2004). Negocios Internacionales. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Davis, F. R. (2008). Conceptos de Administración Estratégica. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Dessler, G., & Varela Juárez, R. A. (2004). Administración de los recursos humanos. Enfoque latinoamericano. México: Segunda Edición. Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Diez de Castro, E. P., García del Junco, J., Martín Jimenez, F., & Periañez Cristobal, R. (2001). Administración y Dirección. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Flores Romero, M. B. (Diciembre de 2007). Los desafíos de la competitividad: La innovación organizacional y tecnológica en la empresa michoacana. Tesis que para obtener el grado de Doctor en Ciencias con especialidad en Ciencias Administrativas . Morelia, Michoacán, México: Centro de Investigación y Desarrollo de Michoacán.
- Fong Reynoso, C. (1998). La teoría del recurso y capacidades: un enfoque contemporáneo en la gestión empresarial. Carta Económica Regional, año 11 num 61, 01 de julio , 27 - 31.
- Grant, R. M. (1991). The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation. California Management Review , 114 - 135.
- Hart, O., & Moore, J. (1990). Property Rights and the Nature of the Firm. Journal of Political Economy 98 , 1119 - 1158.
- Hill, C. W., & Jones, G. R. (2005). Administración estratégica. Un enfoque integrado. México: Mc GRAW HILL INTERAMERICANA DE EDITORES, S.A. DE C.V.

- Hitt, M., Black, S., & Porter, L. (2006). *Administración*. México: Novena Edición. Pearson Educación.
- Holmstrom, B. (1999). The Firm as a Subeconomy. *Journal of Law, Economics and Organization* 7 , 74 - 102.
- IMCO. (2008). *Competitividad y propiedad intelectual*. México: IMCO A.C.
- IMCO. (2010). *La caja negra del gasto público*. México: IMCO AC.
- IMCO. (2009). *México ante la crisis que cambió al mundo. Competitividad Internacional 2009*. México: Instituto Mexicano para la Competitividad.
- Koontz, H., Heinz, W., & Cannice, M. (2008). *Administración. Una perspectiva global y empresarial*. México: McGRAW HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Mertens, L. (1996). *Competencia Laboral: sistemas, surgimiento y modelos*. Montevideo: Organización Internacional del Trabajo. CINTERFOR.
- Montana, P. J. (2002). *Administración*. México: Primera edición. Grupo Patria Cultural, S.A. de C.V.
- Munch Galindo, L. (2006). *Fundamentos de Administración: casos y prácticas*. México: Editorial Trillas, S.A. de C.V.
- OIT. (1997). *Formación basada en competencia laboral: situación actual y perspectivas*. En M. A. Ducci, *El enfoque de competencia laboral en la perspectiva internacional*. (pág. 262). Montevideo: CINTERFOR.
- Oliveira Da Silva, R. (2002). *Teorías de la Administración*. México: International Thomson Editores, S.A. de C.V.
- Porter, M. E. (2003). *Ventaja Competitiva*. México: Compañía Editorial Continental, S.A. de C.V.
- Porter, M. (1999). *Estrategia Competitiva*. México: Compañía Editorial Continental, S.A. de C.V.
- Porter, M. (1991). *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. México: Plaza y Janés.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la Lengua Española*. Recuperado el 13 de julio de 2010, de <http://www.rae.es>
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración*. México: Octava Edición. Pearson Educación.
- rrhh-web.com. (2006). *La web de los recursos humanos y el empleo*. Recuperado el 19 de 12 de 2010, de <http://www.rrhh-web.com>
- Saranga, H., & Beine, J. (2011). *Innovative Resources and Capabilities in Emerging Economies – their Impact on Firm Performance*. Bangalore, India: Indian Institute of Management Bangalore Working Paper N° 354.
- Spencer, L. M., & Spencer, S. (1993). *Competence at work. Models for Superior Performance*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Tarziján, J. (2003). *Revisando la Teoría de la Firma*. *ABANTE*, Vol 6, N°. 2 , 149 - 177.
- WEF. (2010). *The Global Competitiveness Report 2009-2010*. Switzerland Geneve: World Economic Forum.
- Werther, W. B., Davis, K., & Mejía Gomez, J. (2000). *Administración de personal y recursos humanos*. México: McGraw-Hill.
- Williamson, O. (1975). *Market and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*. New York: Free Press.

PUNTOS CRÍTICOS PARA EL ÉXITO EMPRESARIAL

Teresita Salgado Mejía	teresita_salgado@yahoo.com.mx	UMSNH
Rafael Armenta León	angelus_el_infernal@hotmail.com	UMSNH
José Serrano Heredia	ppepe10@yahoo.com	UMSNH

Resumen:

Para tener empresa exitosa, tanto de servicios como de producción, tendrá que garantizar que todos los puntos críticos del éxito de la organización se ejecuten con la filosofía de la calidad total.

Primeramente tenemos a la gerencia, que nos proporcionara una visión y misión, políticas, tácticas y planes de trabajo, además debe de crear un ambiente de confianza absoluta entre gerencia, trabajadores y socios estratégicos ya que el involucramiento ocasionará un sentido de propiedad de la empresa y por lo tanto se responsabilizarán y se mejorará la toma de decisiones.

En otro punto el gerente debe de tener gran habilidad analítica y sintética en el tratamiento de la información, la cual debe tenerse a tiempo desde todas las fuentes importantes, para enfrentar cualquier inconveniente y lograr avanzar con la empresa en medio de un medio competitivo y exigente.

Para poder ser competitivos necesitamos mejoras continuas, autoevaluación, superación profesional y personal, dentro de un ambiente de confianza y fe. No debemos perder el tiempo buscando culpables. Sino que debemos aprender de cada error, debemos planificar a largo plazo y compararnos con las empresas líderes si bien nuestros resultados inmediatos son importantes debemos considerar aun más los de largo y mediano plazo para garantizar una atención constante a los retos.

Mediante la innovación podemos enfrentar mejor los cambios en los procesos productivos externos. Si se tiene una tercera parte de los ingresos de parte de los nuevos servicios y productos podemos decir que la organización satisface al consumidor y a sus necesidades cambiantes.

Para la recolección, análisis y presentación de la información confiable la gerencia debe evaluar las diversas opciones de sistemas que existen como los diversos tipos de software, redes de información y diversas personas para la organización de la organización.

El recuso más importante que posee una organización es el recuso humano convencido, motivado, cooperador y colaborador. Todos los trabajadores merecen un trato justo y honesto, fomentando una comunicación sana y un ambiente de libertad de expresión, de confianza y seguridad, tanto industrial como laboral, compartiendo la visión y la misión de la organización.

Palabras clave: Costos de calidad, Mercadeo, Proveedor, Servicio, Producto.

Abstract

For successful business, both services and production, you must ensure that all critical points of the success of the organization to run with the philosophy of total quality.

First we have the management, we provide a vision and mission, policies, tactics and plans of work, you must also create an environment of absolute trust between management, employees and strategic partners and that involvement to cause a sense of ownership of the company and therefore are accountable and improve decision making.

At another point the manager must have great analytical and synthetic skills in information processing, which must be on time from all relevant sources, to address any problem and make progress with the company through a competitive and demanding.

To be competitive we need continuous improvement, self-assessment, professional development and staff within an environment of trust and faith. We must not waste time looking guilty. But we must learn from every mistake, we must plan for the long term and compare with leaders while our immediate results are important we must consider further the long and medium term to guarantee a constant attention to the challenges.

Through innovation we can better cope with changes in external production processes. If you have a third of revenues from new services and products we can say that the organization satisfies consumers and their changing needs.

For the collection, analysis and information management confinable must evaluate the various options for existing systems such as various kinds of software, information networks and various customized to the organization the organization.

The challenged more important that an organization possesses is the challenged man convinced, motivated, cooperative and helpful. All workers deserve a fair and honest, encouraging healthy communication and an atmosphere of freedom of expression, confidence and security, industrial and labor, sharing the vision and mission of the organization.

Key words: Costs of quality, Trade, Supplier, Service, Product.

Introducción

La administración pública constituye los instrumentos y mecanismos de que se dotan los estados modernos para el desarrollo de las políticas públicas, con el fin de garantizar los derechos fundamentales de los ciudadanos, asegurar el cumplimiento de sus obligaciones cívicas y facilitar la prestación de los servicios básicos de una sociedad.

El estudio de la planeación estratégica está encaminado a analizar los procedimientos y procesos, que habrán de aplicarse en la administración pública del estado, para alcanzar la profesionalización de los servidores públicos.

La planeación estratégica es el primer paso del proceso por el cual habrán de definirse los problemas que obstaculizan una administración pública eficaz, es un medio por el cual se analizan las experiencias pasadas y se trazan planes y programas.

La calidad es una de las características que debe reunir la administración pública en la entidad, por ello, también se dedica a la calidad en la administración pública, se estudian los indicadores y modelos de la calidad, que deben ser aplicados en la planeación estratégica de la profesionalización de los servidores públicos.

En la construcción de esta ponencia se pretende que en la reforma o modernización de la administración pública, se implementen estrategias de cambio y mejora de la calidad de los servicios públicos que prestan, se basan en las prioridades de revisión dimensional de la administración, para reflexionar sobre la adecuación a las áreas de actuación más necesarias, genuinas o propias de las administraciones públicas, en especial aquellas que mejor sabe y desarrolla el sector público, simplificando los procedimientos, trámites y protocolos, facilitando el acceso, descentralizando y acercando los servicios a los ciudadanos y usuarios, rebajando los costos y aumentando la calidad.

La introducción de técnicas de gestión que favorezcan un funcionamiento más eficiente, eficaz, rápido, próximo a los ciudadanos y usuarios, que satisfagan sus expectativas y necesidades, prestando atención a la calidad, los procesos de innovación permanente de mejora continua que exija la conciencia y la participación de todos los empleados de las administraciones.

El factor humano es esencial y decisivo en la gestión de las organizaciones que son como la administración pública, prestadoras de servicios y que constituyen un elemento estratégico de primer orden. Así pues, considerada como elemento clave de las organizaciones, la gestión de los recursos humanos se debe realizar ofreciendo un buen servicio a sus ciudadanos, respondiendo a sus expectativas y por lo tanto, gestionando la calidad en los diversos ámbitos de sus funciones.

Puntos críticos para el éxito empresarial

Como se ha destacado anteriormente solamente empresas con una práctica gerencial sistemática e integral dirigida a la satisfacción completa del consumidor y que operan de la manera más eficiente, enfrentarán con éxito los fuertes retos que se esperan para los próximos años.

Una empresa exitosa, tanto de servicios como de producción, tendrá que garantizar que todos los puntos críticos del éxito de la organización se ejecuten con la filosofía de la calidad total. (Haciendo las tareas siempre bien desde la primera vez, ofreciendo al consumidor la satisfacción completa, al nivel más económico).

Los principales puntos críticos del éxito son los siguientes:

- La excelencia gerencial y de la organización.
- La cultura de la calidad evidente.
- La innovación constante en todas las áreas de la gestión empresarial.
- El desarrollo de productos y servicios de acuerdo a los retos.
- El manejo adecuado y oportuno de información confiable.
- El manejo y trato adecuado, justo, honesto y participativo del recurso humano bien entrenado y motivado.
- El manejo adecuado y eficiente del factor competencia.
- El manejo adecuado y eficiente del factor tiempo.
- Una relación sólida, de mutuo beneficio y confianza entre la organización y sus socios estratégicos.
- El manejo adecuado y eficiente del factor capital.

La excelencia gerencial y de la organización

El éxito de la organización depende primordialmente de la gerencia. Un gerente abierto al cambio y con pleno compromiso para lograr los retos propuestos, es una condición para alcanzar el éxito.

En primer lugar, la gerencia debe desarrollar para su organización una visión y una misión claras. La visión y la misión deben ser conocidas y compartidas por todo el personal de la empresa, así como por los socios estratégicos de la misma, como son los proveedores y los consumidores.

Con la base de una visión y misión claras, la gerencia tiene la obligación de formular las políticas, estrategias y tácticas pertinentes de calidad y de trabajo. Los planes de trabajo a corto, mediano y largo plazo que se desarrollen, deben hacerse después de un auto análisis imparcial y sistemático (Auditoría de Sistemas de Calidad, Auditoría PCE).

La realización de la visión y la misión se puede cumplir solamente en organizaciones en donde existe un ambiente de confianza absoluta entre gerencia, trabajadores y socios estratégicos. La gerencia general debe fomentar ese ambiente de confianza.

El involucramiento y la entrega total de todos los trabajadores bien motivados, capacitados y con buenos canales de comunicación y trabajando en equipo, facilita el camino al éxito. Para lograr esto, la gerencia debe establecer sistemas de reconocimiento con base en logros y éxitos, crear una organización funcional interna, fomentar un ambiente de capacitación y enseñanza, de comunicación, de trabajo en equipo y de interés en superación constante. En este tipo de organización cada uno se siente propietarios de la misma y por lo tanto se responsabiliza y toma decisiones en su área de trabajo, tal y como se espera de un propietario.

La gerencia general debe demostrar que predica y practica la justicia y la honestidad de todas sus acciones, tanto con los trabajadores, como con los consumidores y proveedores.

Por otro lado, el gerente debe poseer un poder analítico y sintético en el tratamiento de la información, la cual debe fluir a tiempo desde todas las fuentes importantes, tanto internas como externas, para enfrentar las diferentes corrientes y lograr avanzar con la empresa en medio de un medio competitivo y exigente. El análisis de la información debe hacerse de una forma ordenada, sistemática e imparcial. Una vez tomada la decisión deberá ser transmitida y compartida con por todos en la organización.

El conocimiento de los deseos y expectativas del consumidor, así como su cumplimiento, será la dirección por la cual la gerencia deberá encaminar a la organización con todos sus esfuerzos y recursos; deben recordarse que esos deseos y expectativas cambien constantemente.

La cultura de la calidad

Es el resultado de un proceso que involucra un cambio constante en la manera de pensar y actuar. El resultado del proceso se observa en la gerencia general, en los trabajadores de la empresa, en los socios estratégicos, en los productos, en los procesos de trabajo y hasta en la publicidad para los productos de la empresa.

Las organizaciones que comparten la cultura de la calidad se enfocan hacia la satisfacción completa del consumidor, ya sea éste interno o externo, como su principal prioridad. En estas organizaciones cada uno actúa como si fuera un propietario. El camino hacia el éxito son las mejoras continuas, la autoevaluación, superación profesional y personal, dentro de un ambiente de confianza y fe.

En organizaciones con cultura de calidad total no se buscan culpables. Cada error se considera como una oportunidad para el mejoramiento continuo. Cada trabajador se

responsabiliza por los hechos y se busca la forma de solucionar los problemas y errores conjuntamente.

Una organización que está trabajando con la filosofía de calidad total, planifica a largo plazo, considera los errores como una gran oportunidad para el aprendizaje y hace uso constante del benchmarking para compararse con las empresas líderes. Con esto logra conocer el comportamiento de los líderes mundiales, facilitando la planificación de metas razonables para alcanzar los niveles más altos de eficiencia.

En la cultura de calidad total los resultados inmediatos son importantes; sin embargo, los resultados a mediano y a largo plazo causados por el proceso de mejoramiento continuo, son de mayor interés para la organización, porque así se garantiza una atención constante a los retos.

La innovación

Es la herramienta que permite a la organización mantenerse delante de la competencia, creando necesidades en el consumidor y cumpliéndolas con rapidez y eficiencia.

Debe llevarse a cabo innovación en todas las operaciones de la organización, como en los procesos productivos, en el producto, en el trato e involucramiento de los trabajadores, en la publicidad y propaganda y en todos los servicios que estén a la disposición del consumidor, sea éste interno o externo.

Las organizaciones que tienen una cultura de innovación, enfrentan mejor las situaciones cambiantes en los procesos productivos internos y mercados, y por lo tanto es un elemento crucial en cualquier programa de calidad total.

El desarrollo de productos y servicios

En la actualidad, para que en una empresa se considere realmente competente en el mercado, alrededor de una tercera parte de sus ingresos por ventas deben provenir de nuevos productos y nuevos servicios. Si este se cumple, se puede tener la confianza que la organización satisface muy bien al consumidor y a sus necesidades cambiantes.

Para determinar hacia donde orientar los tipos de productos o servicios a desarrollar, la gerencia general deberá estar actualizada por medio de investigaciones de mercado, benchmarking u otros medios para conocer los deseos cambiantes del consumidor y las tendencias regionales y mundiales en su campo de acción.

El ciclo del desarrollo de productos y servicios en una organización con éxito es corto y eficiente, mostrando una gran ventaja que facilita el enfrentar la competencia y las demandas del mercado.

El manejo de la información

Una información confiable, esencial, a tiempo y en forma fácil de asimilar, debe fluir hacia las gerencias para que puedan tomar las decisiones más adecuadas y en tiempos reales.

Los procesos de recolección, análisis y presentación de la información deben ser ordenados, adecuados y adaptados a las necesidades de la organización y de sus distintas operaciones. Para la utilización de esta herramienta, la gerencia debe evaluar los diferentes tipos de sistemas que existen para el manejo de la información, tales como los diversos tipos de software, redes de información y otras que se adapten mejor a la organización.

La naturaleza de las organizaciones modernas obliga a la toma constante de decisiones, muchas veces cruciales. La información debe llegar a la gerencia y a las áreas que intervengan en la toma de decisiones de tal manera que sea fácil verificar su veracidad y, que permita una evaluación sistemática e integral para la toma de decisiones correctas y oportunas.

Las organizaciones que trabajan con la filosofía de la calidad total, dependen, para su éxito, de la información proveniente de benchmarking, de las herramientas estadísticas y de otras fuentes. Esto mismo le da una ventaja sobre la competencia que posea información desactualizada o incompleta.

Manejo y trato del recurso humano

Este es el recurso más importante que posee una organización. Un recurso humano convencido, motivado, cooperador y colaborador es una condición para avanzar en el camino de la calidad total.

Todos los trabajadores de una organización, no importando su nivel jerárquico, merecen un trato justo y honesto, fomentando una comunicación sana y un ambiente de libertad de expresión, de confianza y seguridad, tanto industrial como laboral.

El recurso humano debe compartir la visión y la misión de la organización formulada y transmitida por la gerencia general, debe sentirse propietario de la misma y responsabilizarse e involucrarse en su área de gestión y con su equipo de trabajo, tal y como se espera de un propietario.

Para que el recurso humano sea colaborador, cooperativo y comparta la visión y la misión de la empresa, la gerencia general deberá crear un ambiente que favorezca esto, apoyar programas de capacitación, entrenamiento y crecimiento para todos los trabajadores y fomentar la formación de equipos de trabajo y el interés de la superación constante profesional y personal.

El mejoramiento del recurso humano, su capacitación y formación es un proceso gradual y continuo tal y como es la gestión de la calidad total a la medida.

Manejo del factor competencia

El conocimiento más íntimo posible de la competencia es de vital importancia para una empresa. Una organización que se encuentra trabajando en la gestión de la calidad total aprende como es que funcionan su competencia en los diferentes aspectos empresariales y cuáles son sus debilidades y fortalezas para saber enfrentarlas.

Una organización está en mejores condiciones que su competencia cuando:

- Conoce mejor al consumidor.
- Posee un nivel de calidad superior en productos y servicios.
- Posee mejor tecnología en procesos productivos.
- Es más innovadora.
- Posee personal más motivado y entrenado.
- Posee información más actualizada y veras.
- Responde más rápido a los deseos y expectativas del consumidor.
- Está más avanzada en el camino hacia la calidad total.

La competencia debe verse como un factor positivo, ya que es una fuerza que impulsa el desarrollo y provoca cambios constantes en el mercado, obligando a la organización a mantenerse atenta y seguir en el camino de las mejoras y superación continuas.

Manejo del factor tiempo

El rápido avance de la tecnología y la industrialización en los países desarrollados, y las oportunidades y amenazas que conllevan las integraciones regionales y la apertura de fronteras, permiten afirmar que las empresas de América Latina no tienen tiempo que perder para introducir el sistema de gestión de la calidad total en sus organizaciones.

Las empresas que adquieren una tecnología superior antes que su competencia, innovan sus productos y servicios antes si tienen una respuesta más rápida al mercado que la competencia, poseen una clara ventaja. La organización que se encuentra practicando la gestión de la calidad total a la medida, es aquella que normalmente tiene las respuestas antes que su competencia.

Las empresas deben reaccionar más rápidamente a las situaciones cambiantes, las cuales son causadas por un consumidor más exigente y un mercado más competitivo.

Para lograr esto, la gerencia general debe conocer su situación en tiempo real, introducir las mejoras, modificaciones y prácticas generales oportunamente, tal como lo indica la gestión de la calidad total, antes que sea tarde. El gerente debe recordar que todas sus decisiones son validad para un tiempo y situación dados. Las decisiones prematuras o tardías pueden representar una catástrofe para la empresa y, por lo tanto, se debe desarrollar un sistema eficiente para el aprovechamiento óptimo del factor tiempo.

La relación de la organización con sus socios estratégicos

Una organización que actualmente no cuenta con alianzas estratégicas con sus proveedores, otras organizaciones o consumidores, se verá limitada en sus fortalezas para hacer frente al mercado futuro.

Una alianza estratégica de la organización con sus proveedores le permite obtener materias primas e insumos de acuerdo a sus necesidades, garantía en los tiempos de entrega, en la calidad del producto y, para el socio estratégico, la confianza de tener un mercado seguro. Teniendo al consumidor como socio estratégico, le da la ventaja a la organización de que el mismo socio le informa sobre sus niveles de satisfacción, sus necesidades y a la vez un mercado asegurado.

El establecimiento de alianzas estratégicas con empresas y organizaciones competitivas, tanto nacionales como de otros países le permite a la empresa una expansión de mercado, aprovechando, por ejemplo, la fortaleza relativa del socio en el otro mercado y la ventaja de la propia organización en producción.

Dentro de la cultura de la calidad total las alianzas estratégicas son muy comunes, representando un beneficio mutuo para los socios, dándole a la organización la fortaleza necesaria para enfrentar el futuro.

Manejo del factor capital

El capital de trabajo y de inversión es un recurso costoso y limitado y, por lo tanto, su manejo debe ser lo más eficiente posible para que su rendimiento sea al máximo. El capital es la base sobre el cual la gerencia puede adquirir nuevas tecnologías, desarrollar procesos y productos, mantener y contratar personal, poner en marcha programas de capacitación, etc.

Para aprovechar eficientemente el factor capital, un gerente debe elaborar los presupuestos y planes de inversión, los cuales deben estar ajustados a la misión, estrategia y plan de trabajo general de la organización.

Por naturaleza este recurso es siempre limitado, por lo tanto, la gerencia debe establecer mecanismos para la sistemática y eficiente forma de evaluar, programar y auditar el uso de este recurso, según las necesidades reales de la organización y la ubicación de los recursos financieros.

Conclusiones

Antes de realizar una planificación, el gerente debe primero conocer en qué nivel se encuentra la gestión de la calidad de su organización, de acuerdo con la evolución de la calidad, para seleccionar las herramientas adecuadas de trabajo a introducir, debe destacarse que en un plan de gestión, los elementos de inspección, control de calidad, aseguramiento de la calidad y la gestión de la calidad total deben estar incluidos.

El gerente debe decidir a qué velocidad está en capacidad su organización para asimilar, efectuar y enfrentar los cambios, introducir nuevas e innovadoras tecnologías, procesos y procedimientos, para alcanzar la práctica de la gestión de la calidad total a la medida.

La auditoría PCE le señalará los diferentes aspectos en los que tiene deficiencias de orden FE y FC.

Con base en su situación, el gerente debe decidir. En cuantos campos su organización es capaz de trabajar en el periodo asignado al plan de trabajo y, el lapso para una próxima auditoría y elaboración de un nuevo plan de trabajo.

En los planes de trabajo se colocarán:

1. Tareas a ejecutar según el orden de sus prioridades (el número de tareas dependerá de la capacidad de la empresa para ejecutarlas en el tiempo especificado);
2. Definición de metas específicas por cada tarea;
3. El tiempo adecuado para cumplir las metas;
4. Las personas y grupos de trabajo responsables de ejecutarlas.

Ninguna planificación puede hacerse si la empresa no trabaja bajo condiciones aceptables de orden, disciplina y limpieza (ODL). En muchas empresas de América Latina el primer plan de trabajo de la gestión de la calidad total a la medida se orientará única y exclusivamente a las actividades de ODL.

Debe recordarse que la planificación pertenece a un ciclo de actividades compuesto por auditoría, planes de trabajo, ejecución de trabajo mediante la aplicación de las herramientas gerenciales adecuadas y la nueva ejecución de la auditoría.

El camino hacia la cultura de la calidad total es el mejoramiento continuo en todos los procesos de la organización. La gerencia tiene la obligación de fomentar un ambiente de confianza y paciencia que conduzca hacia este fin.

La cultura de la calidad total es la mejor herramienta gerencial para enfrentar la integración regional y la apertura de fronteras. Una organización que no se encuentre basada sobre la cultura de la calidad, con toda seguridad, no tendrá la fortaleza para enfrentar esos retos futuros. Significa hacer las tareas siempre lo mejor posible desde la primera vez, a un nivel más económico, con mucho entusiasmo y ofreciendo al consumidor la satisfacción completa.

El recurso más importante que posee una organización es el recurso humano convencido, motivado, cooperador y colaborador. Todos los trabajadores merecen un trato justo y honesto, fomentando una comunicación sana y un ambiente de libertad de expresión, de confianza y seguridad, tanto industrial como laboral, compartiendo la visión y la misión de la organización formulada y transmitida por la gerencia general, debe sentirse propietario

de la misma y responsabilizarse e involucrarse en su área de gestión y con su equipo de trabajo, tal y como se espera de un propietario.

BIBLIOGRAFIA

Libros:

- Rodríguez R. (2001) Administración de Pequeñas y Medianas Empresas Exportadoras. Thompson pág. 25.
- Reyes A. 1960, previsión, planeación, organización, integración, dirección, control.
- Salgado T. (2010). La Profesionalización de los Servidores Públicos como Estrategia para el Logro de una Administración Eficiente y de Calidad en Michoacán. Tesis.
- Schein E. (1988) Proceso de consulta por Schein Rústica, posteriores Edición.
- Senge Peter, (1990). La Quinta Disciplina: El Arte y la Práctica de la Organización de Aprendizaje Peter Senge”, 1ª edición, XXIII, 413p.

Fuentes electrónicas

- <http://www.her.itesm.mx/dge/manufactura/topicos/rbench.htm>
- <http://www.lafacu.com/apuntes/empresas/Benchmarking/default.htm>
- <http://www.ubu.es/biblioteca/bucle/5.htm>

Capítulo de libro

CILLARIO, L. (1991). “El engaño de la flexibilidad. Elementos para una crítica de la ideología de la automatización flexible”. En: Juan José Castillo (Comp.) *La automatización y el futuro*. Madrid: MTSS.

Artículos:

Powell, T. (2001). Competitive advantage: logical and philosophical considerations. *Strategic Management Journal*. Num. 22, Vol. I, pp. 875-888.

Aragon, A. y Sharma, S. (2003). A contingent resource-based view of proactive corporate environmental strategy. *Academia of Management Review*. Num. 1, Vol. 28, pp 71-88.

Fuentes electrónicas

Vandenbos, G., Knapp, S. and Doe, J. (2001). Role of reference elements in the selection of resources by psychology undergraduates [versión electrónica], *Journal of Bibliographic Research*, No. 5, pp 117-123.

CONACYT (2010). Reglamento del Sistema Nacional de Investigadores. Recuperado el 15 de junio de 2010, de <http://www.conacyt.mx>.

ANÁLISIS DE OPCIONES DE ASOCIACIÓN PARA EL ABASTECIMIENTO DE MERCANCÍAS DE LAS MICROEMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE CONFITES EN EL MUNICIPIO DE APIZACO TLAXCALA.

Lic. Manuel Edmundo Cruz Sánchez. maedcruzsa@gmail.com Instituto Tecnológico de Apizaco.

Lic. Enrique Herrera Fernández Enriquehf234@hotmail.com Instituto Tecnológico de Apizaco.

Ing. Erika Gutiérrez Morales erika_gutierrez09@hotmail.com Instituto Tecnológico de Apizaco.

Resumen

La evaluación de las alternativas de asociación de las empresas comercializadoras de confites del municipio de Apizaco Tlaxcala tiene por objetivo el determinar si es que las empresas pueden realizar actividades de abastecimiento en conjunto por medio de: red, clúster o sociedad integradora, la técnica utilizada para el análisis de las empresas fue la de atributos múltiples. Se delimitaron tres factores que contienen nueve atributos los cuales son: factor logístico: volumen de compra, frecuencia de compra y tiempo de transporte; factor conocimiento: cooperación entre empresas, manejo de productos extranjeros, similitud de productos y proceso de importación y; para el factor confianza: designación de actividades y obtención de mercancías mediante empresas competidoras, a los cuales se les asignara un valor en base a su grado de importancia para que al sumarlos, el tipo de asociación que obtenga mayor valor sea reconocido como la manera más adecuada de asociación para el abastecimiento de mercancías.

Palabras clave: PyMEs, Asociación, Atributos múltiples, Abastecimiento.

Abstract

The evaluation of alternative marketing association of confectionery companies in the township of Apizaco Tlaxcala aims to determine if companies can jointly supply activities through: network, cluster or inclusive society, the technique used to analysis of the companies was the multi-attribute, first identifies three factors (logistics, knowledge and confidence) containing nine attributes include: logistical factor: purchase volume, purchase frequency and time of transport, the knowledge factor: cooperation between companies, management of foreign goods, similarity of goods and import process and, for the trust factor: description of activities and obtaining goods by competitors, to which they were assigned a value based on their degree of importance when added to the type of partnership that gets the most value is recognized as the best way partnership for the supply of goods.

Keywords: SMEs, Partnership, multiple attributes, Supply.

Introducción

Existen trabajos que tratan el tema de las importaciones como un método por el cual las empresas pueden tratar el problema de la falta de materias primas, por ejemplo: La síntesis de los trabajos “Como Importar” e “Importancia de las importaciones para la economía” realizados por la empresa DHL y el Centro de importadores del Paraguay (C.I.P.) respectivamente, estos indican que las importaciones en América Latina son una forma de promover la competitividad para participar en mercados extranjeros.

DHL en su informe marca que la importación de materias primas es una alternativa que genera grandes ventajas a las empresas en Colombia, ya que este ayuda de manera significativa al proceso exportador, ya que existen incentivos que evitan el pago de impuestos cuando se importa para producir y luego exportar.

La escasez de materias primas, maquinaria o equipo en el país; la calidad de estas, los precios más competitivos en el exterior y la existencia de acuerdos comerciales que reducen los aranceles, son los principales motivos por los cuales es considerada la práctica de importación.

El centro de importadores del Paraguay (C.I.P.) en 2007 menciona que para mantener un desarrollo sostenido de la producción destinada a las exportaciones se requiere de materias primas y bienes de capital extranjeros, ya que el país no cuenta con posibilidades competitivas de producción nacional, tanto en calidad como en precios.

El país tiene en alto defender los intereses del comercio formal de importación, ya que no impide o sustituye el desarrollo de las actividades económicas de bienes nacionales competitivos, sino que al contrario, ayudan a crear un mayor crecimiento económico y beneficio empresarial mutuo.

Con lo anterior y realizando el estudio de más trabajos, detectamos que la importación de mercancías puede ser una opción muy viable para que las microempresas comercializadoras de confites puedan abastecerse de productos de origen extranjero y ampliar su gama de productos.

Aun no se ha encontrado información sobre algún tipo de asociación entre microempresarios en el estado de Tlaxcala por lo que el trabajo pretende presentar una opción de asociación a los microempresas del estado enfocándonos en primer a las comercializadoras de confites.

Actualmente las catorce microempresas comercializadoras de confites ubicadas en Apizaco dependen de empresas distribuidoras para la compra de sus productos al mayoreo, pero la intervención de estas hace que los precios incrementen ya que este tipo de empresas deben cubrir sus gastos de funcionamiento. El problema surge cuando la distribuidora no cuenta con los productos que las pequeñas empresas demandan o el precio es demasiado elevado, otra opción que se presenta a las microempresas es la importación, pero por las características de ser micro no permiten que estas puedan realizarla ya que no cuentan con

el capital suficiente para que los costos de esta actividad sean cubiertos, por lo tanto, se pretende que se cree una demanda suficiente para que el costo de dichas mercancías sea justificado, entonces es indispensable que un gran número de empresas demanden el producto, esto se puede realizar si es que las empresas pudieran trabajar en conjunto por medio de una asociación.

El trabajo a realizar tiene como objetivo identificar el tipo de asociación que sea la más conveniente para que las pequeñas empresas comercializadoras de confites puedan demandar una cantidad suficiente para que estas sean abastecidas a un precio razonable. En trabajos futuros se estudiara la oportunidad de importar mercancías por medio de asociación.

METODOLOGÍA.

El trabajo a realizar es de tipo exploratorio ya que se buscó determinar si es que las microempresas comercializadoras de confites ya realizan actividades de abastecimiento en conjunto y si no es así entonces se busca conocer la disponibilidad de los microempresarios a realizar esta actividad en conjunto.

La población a estudiar consta de catorce microempresas comercializadoras de confites del municipio de Apizaco, el tamaño de la población es pequeño ya que se entrevistaron a todos los microempresarios del municipio.

En primer lugar se determinaron tres factores a los cuales se les designaron atributos para medir los niveles de comercialización y trabajo en conjunto para el abastecimiento. Y estos son:

a) Logístico.

Este factor agrupa los atributos volumen de compra, frecuencia de compra y tiempo de transporte, estos, reflejan el manejo de las mercancías desde el proveedor hasta el cliente final otorgando un conocimiento sobre la situación de la empresa en cuanto la capacidad del manejo de sus productos.

b) Conocimiento.

Aquí se encuentran los atributos cooperación con otras empresas competidoras, manejo de productos extranjeros, similitud de productos con los competidores y proceso de importación que reflejan el nivel de conocimiento en el manejo de productos en la empresa, tanto de manera interna como de manera externa.

c) Confianza.

Este factor agrupa los atributos designación de actividades a otras empresas y obtención de productos de empresas competidoras que muestran el nivel de confianza de los empresarios

hacia un nuevo sistema de trabajo en conjunto con otras empresas dedicadas a la misma actividad.

Posteriormente se establece un valor de 0 a 100 a cada una de las condiciones a presentarse en cada atributo dentro de los tres factores para determinar y calificar la situación en que la se encuentra la empresa.

1. Volumen de compra. **(VC)**

El atributo volumen medirá y dará como resultado el promedio de mercancías manejadas en un periodo de un mes por todas las empresas comercializadoras del municipio de Apizaco de un producto en particular, en este caso particular: Chocolates.

Tabla 1. Escala de calificación del volumen de compra.	
Calificación.	Descripción.
25	La empresa realiza compras menores a 200 piezas mensualmente.
50	La empresa realiza compras de 200 a 400 piezas mensualmente.
75	La empresa realiza compras de 401 a 600 piezas mensualmente.
100	La empresa realiza compras mayores a 600 piezas mensualmente.
Fuente: Elaboración propia.	

2. Frecuencia de Compra. **(FC)**

El atributo Frecuencia, medirá el periodo de tiempo promedio en que las empresas realizan el abastecimiento de mercancías.

Tabla 2. Escala de calificación de la frecuencia de compra.	
Calificación.	Descripción.
25	La empresa realiza compras cada semana.
50	La empresa realiza compras cada 15 días.
75	La empresa realiza compras cada mes.
100	La empresa realiza compras en periodos mayores a un mes.
Fuente: Elaboración propia.	

3. Tiempo de Transporte. **(TT)**

Para finalizar con el análisis del factor logístico, se obtendrá en el promedio de tiempo en que las empresas obtienen estos productos desde que realizan el pedido hasta que se les es entregado.

Tabla 3. Escala de calificación del tiempo de transporte de las mercancías compradas.	
Calificación.	Descripción.
25	El tiempo de transporte es menor a 6 días.
50	El tiempo de transporte es de 6 a 10 días
100	El tiempo de transporte es superior a 10 días
Fuente: Elaboración propia.	

El factor conocimiento tiene por objetivo el determinar si es que las empresas comercializadoras de confites del municipio actualmente participan en algún grupo del mismo rubro en el cual trabajen en conjunto para el abastecimiento de mercancías. Los atributos a analizar dentro de este factor son:

4. Cooperación con otras empresas competidoras. **(CC)**

El atributo cooperación nos permitirá conocer la relación entre empresas competidoras en cualquier tipo de actividad.

Tabla 4. Escala de calificación de la relación de la empresa con otras empresas competidoras.	
Calificación.	Descripción.
60	La empresa no cuenta con algún tipo de relación con los competidores.
100	La empresa cuenta con algún tipo de relación con los competidores.
Fuente: Elaboración Propia.	

5. Manejo de productos extranjeros. **(PE)**

Es importante conocer si es que todas las empresas comercializadoras de confites manejan productos elaborados en el extranjero para poder establecer un área de oportunidad para la importación.

Tabla 5. Escala de calificación del manejo de productos extranjeros.	
Calificación.	Descripción.
60	La empresa no maneja productos extranjeros.
100	La empresa maneja productos extranjeros.
Fuente: Elaboración Propia.	

6. Similitud de productos entre empresas competidoras. **(PS)**

Con la finalidad de poder establecer una demanda suficientemente grande para poder justificar el abastecimiento en conjunto es necesario identificar con el atributo similitud, si es que las empresas manejan el mismo tipo de productos.

Tabla 6. Escala de calificación del manejo de productos similares entre empresas.	
Calificación.	Descripción.
25	La empresa no maneja productos que manejan las empresas competidoras.
100	La empresa maneja productos que manejan las empresas competidoras.
Fuente: Elaboración Propia.	

7. Conocimiento del proceso de importación. **(PI)**

Es sustancial determinar si es que los empresarios conocen el proceso de importación ya que con este tipo de conocimiento, estos pudieran optar por comercializar otro tipo de productos aparte de los que actualmente manejan.

Tabla 7. Escala de calificación del conocimiento del proceso de importación por parte de los empresarios.	
Calificación.	Descripción.
60	El empresario no conoce el proceso de importación.
100	El empresario conoce el proceso de importación.
Fuente: Elaboración propia.	

El factor confianza pretende dar a conocer que tanto las empresas están dispuestas a otorgar otro tipo de actividades a empresas competidoras o no competidoras, ya que el resultado del análisis de este factor nos permitirá conocer si es que es posible que las empresas puedan abastecerse en conjunto. Para ello los atributos a analizar en este factor son:

8. Designación de actividades a otras empresas. **(DA)**

El atributo designación de actividades como su nombre lo indica, se medirá acorde si las empresas designan cualquier tipo de actividad a otras empresas del mismo rubro, no necesariamente el abastecimiento.

Tabla 8. Escala de calificación de la designación de actividades a otras empresas.	
Calificación.	Descripción.
60	La empresa no designa actividades a otras empresas.
100	La empresa designa actividades a otras empresas.
Fuente: Elaboración propia.	

9. Obtención de productos de otras empresas competidoras. **(OP)**

Sin embargo el segundo atributo del factor confianza se enfocara en la obtención de mercancías por medio de empresas competidoras.

Tabla 9. Escala de calificación de la obtención de productos de otras empresas competidoras.	
Calificación.	Descripción.
60	La empresa no obtiene productos de empresas competidoras.
100	La empresa obtiene productos de empresas competidoras.
Fuente: Elaboración propia.	

En segundo lugar de la metodología se lleva a cabo la asignación de las ponderaciones de cada índice, se trabajó con la técnica de los pesos oscilantes y se determinó de la siguiente manera:

$$\text{Índice logístico (IL)} = W_1VC + W_2FC + W_3TT$$

Dónde:

W_1, W_2 y W_3 = Ponderaciones asignadas a los atributos volumen de compra, frecuencia de compra y tiempo de transporte.

VC, FC y TT = Calificaciones asignadas a los atributos volumen de compra, frecuencia de compra y tiempo de transporte.

$$\text{Índice de conocimiento (IC)} = W_aCC + W_bPE + W_cPS + W_dPI$$

Dónde:

W_a, W_b, W_c y W_d = Ponderaciones asignadas a los atributos cooperación entre empresas competidoras, manejo de productos extranjeros, manejo de productos similares y conocimiento del proceso de importación.

CC, PE, PS y PI = Calificaciones asignadas a los atributos cooperación entre empresas competidoras, manejo de productos extranjeros, manejo de productos similares y conocimiento del proceso de importación.

$$\text{Índice de confianza (IF)} = W_y DA + W_z OP$$

Dónde:

W_y y W_z = Ponderaciones asignadas a los atributos designación de actividades a otras empresas competidoras y obtención de mercancías por medio de empresas competidoras.

DA y OP = Calificaciones asignadas a los atributos designación de actividades a otras empresas competidoras y obtención de mercancías por medio de empresas competidoras.

Una vez determinados los índices se obtiene el valor de asignación, mediante la siguiente expresión.

$$\text{Valor de la asignación} = W_{IL} IL + W_{IC} IC + W_{IF} IF$$

Dónde:

W_{IL} , W_{IC} y W_{IF} = Ponderaciones asignadas a los factores logístico, conocimiento y confianza.

IL, IC y IF = Resultados obtenidos de los índices logístico, conocimiento y confianza.

Para poder realizar la tabla 10 se definen los tipos de asociación a analizar para que se enliste la calificación obtenida por cada uno en cuanto a cada factor y atributo, acomodando dependiendo de la importancia en la relación Factor – Tipo de asociación, para el logro del objetivo.

Red: Consiste en un mecanismo de cooperación entre empresas, en el que participan de manera voluntaria para obtener beneficios individuales mediante la acción conjunta. En este mecanismo, cada participante mantiene su independencia jurídica y autonomía gerencial, aunque los participantes acuerdan cooperar, usando los ambientes y métodos adecuados. (Rodríguez, 2008).

Cluster: Según Porter (1999), los clusters agrupan a una amplia gama de industrias y otras entidades relacionadas; incluyen a proveedores de insumos críticos (como componentes, maquinaria y servicios), y de infraestructura especializada. Con frecuencia también se extienden hasta canales y clientes, y lateralmente hasta fabricantes de productos complementarios y empresas que operan en industrias relacionadas por sus habilidades, tecnologías o insumos comunes.

Sociedad integradora: Es una forma de organización empresarial que asocia a personas físicas o morales formalmente constituidas [micro, pequeñas y medianas empresas

(PYMES)] y les presta servicios especializados a estas personas físicas y morales denominadas integradas, para elevar su competitividad. (Secretaría de Administración Tributaria, 2005)

Tabla 10. Proceso de asignación de calificación de atributos de los factores.										
	ATRIBUTOS	REDES			CLUSTER			SOCIEDAD INTEGRADORA.		
FACTOR		W	Calif.	W x Calif.	W	Calif.	W x Calif.	W	Calif.	W x Calif.
F. LOGISTICO	Volumen de compra	.625	25	15.62	.194	25	4.82	.100	25	2.5
	Frecuencia de compra.	.219	50	10.95	.645	50	32.25	.233	50	11.65
	Tiempo de Transporte.	.156	25	3.9	.161	25	4.02	.667	25	16.67
TOTAL INDICE				30.47			41.09			30.82
F. CONOCIMIENTO	Cooperación entre empresas.	.100	60	6	.666	60	39.96	.167	60	10.02
	Manejo de productos extranjeros.	.666	100	66.6	.167	100	16.7	.100	100	10
	Similitud de productos.	.167	100	16.7	.100	100	10	.666	100	66.6
	Proceso de importación.	.067	60	4.02	.067	60	4.02	.067	60	4.02
TOTAL INDICE				93.32			70.68			90.64
F. CONFIANZA	Designación de labores.	.714	60	42.84	.286	60	17.16	.286	60	17.16
	Obtención de	.286	60	17.16	.714	60	42.84	.714	60	42.84

	productos.								
TOTAL INDICE				60			60		60
SUMA DE FACTORES				183.79			171.73		181.46
Fuente: Elaboración propia.									

Para finalizar los totales de cada factor fueron sumados para calcular el valor de la asignación y el que sea de mayor valor se considerara como la opción más viable para trabajar en conjunto y resolver los problemas de abastecimiento.

RESULTADOS:

El orden de los factores en la tabla 10 es en base a la importancia que tiene cada uno de ellos en las opciones de análisis, dando como resultado que fueran acomodados en el siguiente orden: Factor logístico, factor conocimiento y factor confianza.

La columna de ponderación si muestra una variación ya que cada atributo fue calificado dependiendo de la importancia de cada uno de estos con los tipos de asociación, siendo el más importante el de mayor valor quedando de la siguiente manera: Volumen de compra en el caso de red, Volumen de compra en clúster y tiempo de transporte en la sociedad integradora, en base a las características de cada tipo de asociación.

Conforme a la tabla anterior se observa que en cuanto al factor logístico la opción clúster tiene un valor de 41.09 que muestra que el manejo de mercancías tiene mayor importancia en este tipo de asociación, en el factor conocimiento, la opción red obtiene un valor total de 93.32 lo que representa que los empresarios prefieren obtener este conocimiento para poder asociarse y realizar una actividad en común, en el factor confianza se presenta igualdad de resultados en los tres tipos de asociación lo cual significa que los microempresarios no realizan actividades en conjunto pero están dispuestos a realizarlas.

El valor total obtenido considerando ya los totales de cada factor para cada tipo de asociación son; red: 183.79; cluster: 171.73 y sociedad integradora: 181.46 con lo que se concluye que la opción red es la más viable para que las empresas trabajen en conjunto.

TRABAJO A FUTURO

El trabajo hasta el momento solo determino que tipo de asociación es la más viable para que los microempresarios pudieran abastecerse de mercancías de manera conjunta, en base a los resultados de este trabajo se detecta que los microempresarios si están dispuestos a realizar actividades en conjunto pero por el tamaño de la muestra se identifica que la demanda de productos no es suficiente para poder importar mercancías, entonces este

estudio se aplicara a los municipios del estado de Tlaxcala que cuenten con mayor actividad comercial de confites, los municipios participantes serán: Chiautempan, Tlaxcala, Huamantla y Zacatelco, obedeciendo a los resultados que se obtengan se procederá a efectuar un plan de importación de confites para abastecer a las microempresas comercializadoras participantes en el estudio.

CONCLUSIONES:

1. Cualquiera de las tres opciones de asociación que se analizaron permite que las empresas asociadas puedan tener una mayor oportunidad de crecimiento en cuanto a su abastecimiento.
2. La opción red obtuvo un valor total mayor en relación a las otras dos opciones por lo tanto se concluye que las microempresas pueden realizar actividades en conjunto siempre y cuando estas mantengan su individualidad respecto a su manera de administración.
3. Es importante recalcar que trabajar en red permite el intercambio de información sobre nuevos productos tanto nacionales como extranjeros, así también la reducción de gastos en la obtención de mercancías por la creación de una demanda suficiente para realizar la compra directamente con los productores y la eliminación de intermediarios; y así también obtener beneficios como ampliar la gama de productos ofrecidos por las empresas que sean parte de la red, entre otros.

Referencias

1. Jorge Luis Castañeda Gutiérrez, M. L. (2007). Evaluación de alternativas mediante la modelación de atributos múltiples para la selección de anticorrosivos externos empleados en gaseoductos. *CiBlyT*, 19 - 25.
2. Lopez., A. T. (Noviembre de 1998). Desarrollo de un modelo de atributos multiples de carga academica para docentes. Orizaba, Veracruz, México: Instituto Tecnológico de Orizaba.
3. Rodríguez, F. B. (2008). Las redes empresariales y la dinámica de la empresa: aproximación teorica. *INNOVAR*, 27 - 45.
4. 2007). Redes empresariales para el acceso a los mercados. Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial

5. Matalobos, A. D., Lorenzo, O., & Solís, L. (2005). Procesos de negocios de pymes insertas en redes colaborativas. *Revista Latinoamericana de Administración.*, 25-46.
6. Fierro, J. O. (2007). Proveeduría nacional a la industria maquiladora en México. *Frontera Norte*, 191 - 213.
7. Ripoll, C. L. (2003). *Redes empresariales: Experiencias en la Región Andina*. Cooperazione Italiana.
8. Rodríguez Monroy, C., & Fernández Chalé, L. N. (2008). Empresas Integradoras de México: Influencias Europeas. *Revista Venezolana de Gerencia.*, págs. 543 - 555.
9. (2007). *Redes empresariales para el acceso a los mercados*. Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial
10. Macías, A. G. (2002). Redes sociales y clusters empresariales. *Redes: Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales.*, 8-16.

LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LAS ORGANIZACIONES

Salvador Madrigal Moreno
Tzitzí Erandi Becerra Moreno

bolo11@gmail.com
tzitzi_erandi@hotmail.com

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Resumen:

El presente trabajo se centra en describir la importancia que tiene la comunicación interna en una empresa y cómo se ha convertido en un elemento esencial para lograr los objetivos de la misma. Además, la comunicación organizacional permite que las organizaciones se adapten al entorno y puedan resolver de mejor forma sus problemas. La comunicación es un elemento presente en todos los procesos de la organización, en mayor o menor medida, y requiere de canales apropiados. La investigación e implementación de la comunicación organizacional poco a poco se va posicionando en las organizaciones. La comunicación interna, como parte de la comunicación organizacional, siempre ha estado presente en las organizaciones, mas su estudio y correcta aplicación sigue siendo ignorada o no valorada en la actualidad.

Palabras clave: comunicación organizacional, comunicación interna, cultura organizacional.

Abstract

This investigation focuses on describing the importance of internal communication and how it has become an essential element to reach the objectives of any company. In addition, organizational communication allows organizations to adapt to the environment and help them to solve their problems. Communication is an element present in all processes of the organization and requires adequate channels. Research and implementation of organizational communication is slowly positioning in organizations. The internal communication, as part of organizational communication has always been present in organizations, but its study and correct application is ignored or not valued today.

Keywords: organizational communication, internal communication, and organizational culture.

Introducción

La investigación que se ha desarrollado en México en relación a la comunicación organizacional es mínima, especialmente si se le compara con otras ramas del estudio de la comunicación como el periodismo o los medios de comunicación y su función social. Las investigaciones en torno a la comunicación organizacional no terminan por convencer a las organizaciones privadas y públicas de nuestro país. La falta de cultura organizacional al respecto ocasiona que el interés por estudiar a la comunicación en este ámbito sea muy bajo.

Uno de los investigadores especialistas y consultores de la comunicación organizacional que mayor conocimiento y reconocimiento tiene en México es Abraham Nosnik. Nosnik plantea que es necesario entender a la comunicación organizacional en México mediante una nueva concepción metodológica en función de las crecientes necesidades de evolución y complejidad organizacional que se vive actualmente. Es decir, buscar una nueva concepción del proceso comunicativo buscando así una comunicación productiva orientada a la mejora de cualquier sistema en beneficio de todas las partes que lo integran. Lo anterior aunado a una normatividad clara dentro de la organización y sus subsistemas (Nosnik, 2008).

Si se conociera la importancia que tiene la comunicación organizacional y sus elementos podría comprobarse que la empresa, de establecer una adecuada comunicación estratégica al interior, estaría en mejores condiciones para cumplir cabalmente sus funciones. De ahí, la intención de mostrar en este trabajo qué es la comunicación interna y su importancia.

En primera instancia, es conveniente señalar que la comunicación interna forma parte de la comunicación organizacional que se tiene dentro de la organización y con los públicos internos que la conforman. De hecho, siempre ha formado parte de las organizaciones. La comunicación interna emerge con el nacimiento mismo de la organización, no así su estudio.

El crecimiento de las organizaciones y los avances en materia tecnológica no hacen sino evidenciar la necesidad de establecer adecuados canales comunicativos al interior de la empresa. Por lo tanto, si se le conoce, entiende y considera al momento de ver el funcionamiento organizacional, se advertirá por qué hoy más que nunca es imprescindible conocer las ventajas competitivas que representa la comunicación interna para el óptimo funcionamiento de la empresa.

La comunicación interna es parte sustancial de la correcta operación de las funciones medulares de la organización. Sin embargo, es común que exista un inadecuado establecimiento de redes comunicativas dentro de la organización, lo cual puede ser un motivo para que múltiples de las actividades que se llevan a cabo dentro de la misma no operen de la mejor manera.

La comunicación organizacional y su estudio

El elemento central del presente trabajo es la comunicación interna en la organización. Sin embargo, es necesario hacer un acercamiento a la comunicación como el elemento trascendental. Carlos Fernández Collado (2009) concibe a la comunicación como un tipo específico de patrones informativos: los que se expresan de forma simbólica. Por tanto, la información que no puede traducirse de esta manera no tiene valor comunicativo. Un patrón puede tener valor informativo para una persona, pero si no es posible traducirlo a un código simbólico común, no comunica. Además del requisito de compartir un sistema simbólico, es imprescindible que las asociaciones entre los símbolos y sus referentes sean compartidas. Los referentes, objetos nombrados por los símbolos, son las cosas, los acontecimientos, las personas o los sentimientos reales formados por el significante que es el objeto en sí y el significado o imagen mental.

Por lo tanto, la comunicación se puede entender como un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última dé una respuesta, sea una opinión, actitud o conducta. En otras palabras, la comunicación es una manera de establecer contacto con los demás por medio de ideas, hechos, pensamientos y conductas, buscando una reacción al comunicado que se ha enviado, para cerrar así el círculo. Generalmente, la intención de quien comunica es, entonces, cambiar o reforzar el comportamiento de aquel que recibe la comunicación a los tres niveles mencionados anteriormente (opiniones, actitudes o conductas).

Una vez realizado un acercamiento a la comunicación como objeto de estudio, ahora es necesario presentar la importancia que la misma tiene en las organizaciones y a la cual se le denomina comunicación organizacional. La comunicación organizacional, de acuerdo a Fernández Collado (2001), se considera como un *sistema* que se compone de una serie de actividades interdependientes que al integrarse logran un conjunto específico de objetivos. Por lo tanto, la comunicación en las organizaciones se considera como un proceso que se lleva a cabo dentro de un sistema determinado de actividades interrelacionadas. La comunicación entre los miembros de una organización implica la creación, intercambio (recepción y envío), proceso y almacenamiento de *mensajes*.

Gerald Goldhaber destaca *tres principios rectores* en la temática que nos ocupa, que son los siguientes:

- La comunicación organizacional se da en un sistema complejo y abierto que se ve influenciado por el medio ambiente a la vez que influye en él.
- La comunicación organizacional se compone de mensajes, que circulando por distintos canales, son emitidos con un propósito concreto.
- La comunicación organizacional se refiere a las actitudes, sentimientos, relaciones y habilidades de las personas.

En consecuencia, Goldhaber elabora un concepto amplio y define la comunicación organizacional como un proceso dinámico por medio del cual las organizaciones: 1) estructuran sus diferentes subsistemas, y 2) se relacionan con el medio ambiente (Goldhaber, 2001:23).

Por otro lado, Almenara (2005) menciona que partiendo de ciertos principios rectores de la comunicación humana, se entiende a la comunicación organizacional como el entramado de mensajes formados por símbolos verbales y signos no verbales que se transmiten de manera seriada dentro del marco de la organización.

En su estudio sobre el tema, Almenara presenta las funciones sobre la comunicación organizacional dividiéndolas en:

1. Función informativa: que consiste en la simple transmisión de datos entre los comunicantes, datos referidos a cuestiones del mundo exterior o a la descripción objetiva de sus peculiares estados subjetivos.
2. Función relacional: esta función sirva para definir el sentido que los interlocutores dan a sus relaciones. En muchas ocasiones se manifiesta por medio de los indicadores no verbales y asimismo, puede ayudar a completar el significado de la función informativa.

Fernández Collado (2009) considera a la comunicación organizacional como el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y los diferentes públicos que tienen en su entorno.

Estos mensajes circulan en varios niveles y de diversas maneras. Pueden transmitirse, por ejemplo, a través de canales interpersonales o de medios de comunicación más o menos sofisticados; pueden ser verbales o no verbales, utilizar la estructura formal de la organización o las redes informales, viajar horizontal o verticalmente en la pirámide jerárquica, darse dentro de la organización o rebasar sus fronteras.

El autor menciona que una segunda acepción presenta a la comunicación organizacional como una disciplina cuyo objeto de estudio es, precisamente, la forma en que se da el fenómeno de comunicación dentro de las organizaciones, y entre éstas y su medio. Y es precisamente en este punto donde es conveniente preguntarse: ¿es posible para una organización operar sin comunicación? Evidentemente siempre ha existido la comunicación en el contexto organizacional; sin embargo, no de una manera metódica y planificada.

La comunicación organizacional puede ser entendida también como el conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente sus objetivos.

La comunicación organizacional puede dividirse de forma más detallada en comunicación interna y comunicación externa. La comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación

que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. Por otro lado, la comunicación externa es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos (accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etc.) encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios.

Las 3 acepciones del concepto de comunicación organizacional presentadas por Fernández Collado (como fenómeno, como disciplina y como conjunto de técnicas y actividades), son igualmente válidas porque corresponden a diferentes aspectos de un mismo campo de interés y acción. Sin embargo, en este caso solamente se estudiará y detallará a la comunicación interna.

Comunicación en las organizaciones

Las empresas y las organizaciones están experimentando significantes cambios en el siglo XXI. Desde que se ha investigado en relación a la función social de las organizaciones, siempre se han realizado breves aportes respecto a la importancia que tiene la comunicación para que las empresas puedan cumplir sus funciones. Sin embargo, la sistematización de las investigaciones respecto a la importancia de la comunicación en las empresas es relativamente reciente. Existen varias teorías que han incrementado el campo de estudio en torno a los grupos y las organizaciones enriqueciéndolo con investigaciones que consideran la influencia que los cambios propios de estos tiempos tienen en los grupos y organizaciones.

La comunicación también ha venido a cambiar la forma de interpretar muchas de las teorías organizacionales. La comunicación es la herramienta que les permite establecer sus planteamientos teóricos particulares. Por ejemplo, La comunicación interpersonal es sumamente importante para lograr un pensamiento grupal común. El pensamiento grupal se alcanza cuando todos piensan de la misma manera, y nadie propone alternativas. El pensamiento grupal se da en equipos muy cohesionados, sobre todo si tienen un ideal común y se observa en diversidad de equipos (West, 2005: 215). Es decir, entender a la comunicación interpersonal como la base de la comunicación interna que permitirá lograr dicho pensamiento grupal. Eliminando las barreras de la comunicación interpersonal de forma que el conglomerado de trabajadores pueda establecer en común un ideal.

Ahora que si se pretende indagar en el caso de la cultura organizacional, se observará que el papel que cumple la comunicación en la formación y concepción de la misma es relevante. La cultura de una organización está compuesta de símbolos compartidos, cada uno de los cuales tiene significado propio. Los ritos, los rituales, las historias y los ritos de iniciación organizacionales son ejemplos de los elementos de la cultura de una organización. La única forma de que un grupo de trabajadores pueda compartir significados es mediante una buena comunicación interna que contemple desde que el empleado conozca la visión, misión y objetivos que tiene la empresa, hasta compartirlos para que de esta forma pueda interiorizar la cultura organizacional.

La comunicación interna, ya sea ascendente, descendente horizontal o transversal, es vital en múltiples situaciones que se suscitan constantemente dentro de la empresa, tales como la toma de decisiones, la influencia social, las reglas, el clima de la empresa y la satisfacción de los empleados (West, 2005: 215). Cualquier grupo grande requiere reglas complejas para la comunicación, con el fin de que las actividades de sus participantes puedan coordinarse de manera eficaz. Usualmente esto es manejado por una jerarquía de administradores que transmiten y reciben mensajes, de arriba abajo, desde su propio rango hacia otro y, más extrañamente, de forma lateral entre ellos, pero siempre los resultados estarán relacionados a la adecuada comunicación que se haya realizado.

Por otra parte, la comunicación interna es muy importante para la configuración de la cultura organizacional, entendiendo como tal el conjunto de supuestos, creencias, valores y normas que comparten los miembros de una organización. No es posible establecer la cultura organizacional si no existe la comunicación interna. Finalmente, la improvisada comunicación interna o la metódica y planificada comunicación interna generarán una cultura organizacional muy particular. Es factible que la cultura organizacional haya sido creada conscientemente por sus miembros clave o que tan solo haya evolucionado con el paso del tiempo. Sin embargo, constituye un elemento clave del ambiente laboral donde los empleados realizan su trabajo.

La comunicación que se gestiona al interior de la organización es determinante en la apropiación de la cultura organizacional. Además, repercutirá en la consecución de los objetivos de la organización dada la importancia que tiene la cultura organizacional, sobretodo hoy en día. La idea de la cultura organizacional es hasta cierto punto intangible, ya que no se puede ver ni tocar, si bien está presente y tiene efectos amplios, es importante para el éxito de una empresa. Confiere identidad organizacional a sus empleados, es decir, una visión definitoria de lo que representa la organización. También es una fuente importante de estabilidad y continuidad de la organización, con lo que brinda una sensación de seguridad en sus miembros (Keith, 2003:12,108).

Comunicación interna

La comunicación interna no era considerada como una herramienta útil en el funcionamiento de las organizaciones. En los últimos veinticinco años ha sido valorada la comunicación y aún más la comunicación interna, considerando el hecho de que el estar bien informados constituye una fuente de energía importante para la organización.

Kreps (1995) la define de forma simple como “el patrón de mensajes compartidos de la organización; es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de las mismas”. El estudio de la comunicación interna centra su interés en los procesos y subprocesos por medio de los que se procura que los miembros de la organización cumplan las tareas encomendadas y en cómo los canales de información la facilitan, de acuerdo con los objetivos propuestos para el grupo (Trelles, 2004: 43).

Dentro de la disciplina de la comunicación interna las investigaciones realizadas y las experiencias aplicadas, han comprobado que teniendo canales de comunicación efectivos,

habrá menos posibilidades de que se produzcan malos entendidos o sentimientos por parte de los empleados que no forman parte del equipo de la empresa. Debido a que las corporaciones son cada vez más complejas es preciso crear numerosos canales de comunicación para que la información se mueva hacia arriba, hacia abajo y lateralmente dentro de una estructura organizativa. Evidentemente, si la información llega adecuadamente a los trabajadores por el canal adecuado, repercutirá significativamente en la consecución de objetivos de la organización.

Por su parte, Losada (2004) analiza el concepto de comunicación interna en el ámbito empresarial y menciona que la comunicación interna en la empresa no termina cuando un directivo transmite un mensaje al resto de los trabajadores, sino cuando recibe, para ponderarla, la respuesta que el mensaje ha provocado en los receptores. La ida y vuelta del mensaje (feedback o retroalimentación) está en continua interacción y es lo que determina el ciclo de la comunicación, siempre y cuando el efecto del mensaje producido en el receptor sea transmitido sin ruidos al emisor para incidir o no en un cambio con respecto al mensaje inicial.

Su extraordinario valor instrumental hace que prácticamente la comunicación interna sea un recurso estratégico gerencial. El significado de la comunicación interna es de un carácter muy importante para las empresas e instituciones, ya que, aunque éstas cuenten con la mejor estructura organizacional o un desarrollado sistema de trabajo, si no cuentan con un adecuado sistema de comunicación e información, para todos los niveles, será imposible obtener los resultados deseados.

Con el presente estudio sobre la comunicación interna, se comprende lo imperante que es actualmente y a diferencia de años pasados, el desarrollo de la comunicación interna, constituyéndose como una herramienta para la mejora del rendimiento ya que supone integrar en la organización, elementos innovadores que sitúan a esta en una clara posición de ventaja competitiva.

La comunicación organizacional en las instituciones públicas

En la configuración actual de los grupos humanos, las organizaciones tienen un papel primordial, con mayor significación las públicas. Las instituciones son el elemento estructurador y vertebrador de las sociedades actuales, debido a su papel como integradoras, formadoras e instrumentalizadoras de la sociedad moderna, en la cual las instituciones públicas son guías y servidoras a la vez. Desarrollan ambos papeles: son preceptoras y por lo tanto autoridad social y legal, y además desempeñan el papel de cubrir las necesidades sociales e individuales de manera pública. Esos dos conceptos justifican la existencia de las instituciones públicas, los roles que representan: autoridad y servicio.

Las instituciones no pueden existir sin comunicación (Keith 2003:56). A falta de ésta, los empleados no sabrían qué hacen sus compañeros de trabajo, los administradores no recibirían información, y los supervisores y líderes de equipos no impartirían instrucciones.

La coordinación del trabajo sería imposible y la organización se colapsaría en ausencia de ella. La cooperación tampoco sería factible, ya que las personas no podrían comunicarse sus necesidades y sentimientos.

Sin embargo, no se debe perder de vista que en las instituciones públicas existen situaciones políticas que pueden afectar la implementación de las estrategias de comunicación interna. Se debe tomar en cuenta que tanto directores, jefes de departamento, y otros tantos puestos que existen en la jerarquías de toda institución pública, fungen en su cargo dentro de las oficinas por disposiciones políticas. La mayoría de ellos solo duran con su nombramiento, mientras el partido político que los colocó en ese lugar está en el poder. La mayoría de los directivos que están en toda institución, difícilmente se interesan en comprometerse realmente para crear, un sistema de comunicación, pues consideran que probablemente, la siguiente administración no tomará en cuenta el trabajo que hayan hecho al respecto.

Por lo anterior, se puede señalar que los cambios en relación a la comunicación interna, deben implementarse de tal forma que, independientemente del partido o persona que se encuentre en el poder, siga funcionando y se respete. De este modo, cuando se presente la situación de cambios administrativos, los trabajadores también cuenten con fundamentos para presentar a los nuevos directivos los beneficios de contar con adecuados flujos de información en el ámbito de la comunicación interna. De tal forma, que se podrían establecer nuevas reglas o políticas de comunicación interna para cada institución pública, de tal forma que contribuyan con la función principal de cada institución.

Es así como puede decirse con entera confianza que todo acto de comunicación influye de alguna manera en una institución. La comunicación ayuda a lograr todas las funciones administrativas básicas –planeación, organización, dirección y control- para que las organizaciones logren sus objetivos y enfrenten sus dificultades.

Dentro de los desafíos y cambios que trae la globalización, se hace necesario que las instituciones públicas desarrollen procesos efectivos de comunicación y se consoliden como organizaciones sólidas que proyecten crecimiento a través de los tiempos. Es así como recientemente ha tomado vital importancia la implantación de eficaces procesos de comunicación interna en las instituciones. Por lo cual, se muestra pertinente entender la importancia de la comunicación organizacional en las instituciones, ya que de contar con estrategias comunicativas se direccionarán los esfuerzos de los colaboradores y administradores, además de llegar a identificar problemas comunicacionales que lleven a su solución, resaltando la necesidad de un mejoramiento tecnológico, entendido este, no solo por la compra de herramientas tecnológicas sino el trabajo conjunto entre las áreas de comunicaciones y las de tecnología (Chasqui, 2007).

Comunicación interna y Tecnologías de la Información y la Comunicación

Indudablemente el desarrollo alcanzado en estos últimos años por los sistemas tecnológicos y comunicacionales ha permitido la aparición de las denominadas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TICs), producto de la unificación de ordenadores y de sistemas de comunicación. La introducción de estas herramientas constituye una realidad insoslayable en los entornos organizacionales. En realidad las TICs no son sino canales potencializadores de la comunicación interna. Independientemente de que se desee o no, las TICs han ingresado al mundo empresarial y representan una oportunidad inmejorable para la mejor comunicación interna. En los últimos años las empresas e instituciones se han visto favorecidas con las TICs, utilizándolas como un medio productivo que las hace crecer. Una empresa con un buen uso de las tecnologías de la información y comunicación puede llegar a ser una empresa exitosa.

Moreno Pantoja (2007) explica cómo la revolución de la información ha dado un giro de 180 grados en cada uno de los establecimientos mejorando los ámbitos laborales, que permite hacer un mejor uso de las tecnologías de vanguardia como por ejemplo el uso del e-mail que permite el envío de información en unos cuantos segundos a un determinado destino. Detalla que con el uso de las nuevas tecnologías las empresas obtienen beneficios económicos, sociales, etc. Las nuevas tecnologías son un elemento imprescindible y en continuo desarrollo dentro de cualquier empresa.

Las nuevas tecnologías no son sino un canal que van a permitir dinamizar y profesionalizar la comunicación interna. La meta de las empresas es formularse buenas estrategias de trabajo para realizar un buen uso de las nuevas tecnologías garantizándose así su supervivencia, teniendo un buen respaldo tanto en calidad como eficiencia y además así se aseguran de tener éxito. Las empresas que se encuentran utilizando los nuevos avances tecnológicos tienen un mejor rendimiento y están utilizando de una mejor manera todos sus recursos.

Las TICs tienen una influencia e importancia significativa en todos los órdenes de la vida social, lo que representa llevar a las instituciones tanto públicas como privadas, a adoptar planes estratégicos para incorporarlas y utilizarlas como herramientas que permitan administrar, diseñar, desarrollar e implementar los sistemas de información. El apoyo que representan para facilitar el proceso de transformación de las estructuras organizativas, mejorar las formas de actuar y de dar respuestas a los problemas, permite maximizar la eficacia, productividad, competencia y minimizar los riesgos de las organizaciones. Y sí, forman parte de los canales de comunicación dentro de la estructura de la comunicación interna de la empresa que deben ser estudiados y regulados para sacarles el máximo provecho.

Conclusiones

La cultura organizacional que se tiene en las organizaciones de México no incluye, dentro de sus prioridades, el establecimiento de un adecuado estudio de la comunicación externa y de la redes de comunicación interna que le permitan seguir flujos informativos adecuados en los diferentes subsistemas que la conforman. Lo anterior supone que los miembros de los diferentes departamentos están *desconectados* total o parcialmente de lo que está sucediendo dentro de la empresa. Como consecuencia, los procesos desarrollados muchas veces se pierden, pues toda empresa, independientemente del tamaño, tiene una estructura organizacional que, de una u otra forma, requiere de una apropiada comunicación al interior.

La comunicación es parte de toda organización. Simplemente una organización no puede suponer su supervivencia si no existe comunicación interna. La comunicación es una parte intrínseca de toda organización. Sin embargo, su estudio y el replanteamiento de su importancia, así como la búsqueda de su mejoramiento representa una ventaja competitiva para aquellas organizaciones que puedan llegar a mejorar los flujos informativos por los canales más adecuados de forma que el trabajo de la organización se optimice.

El proceso comunicativo dentro de las organizaciones, tanto a nivel individual como a nivel grupal, contribuye como un eje motivador que facilita la interacción y mejora las condiciones para trabajar, así como las conductas de los individuos. Es precisamente por medio de la comunicación que se aseguran encuentros personales directos, empatía, comunicación positiva, comprensión de las fortalezas y debilidades, y de que se asuman posiciones tolerantes en la confrontación constructiva, creando relaciones laborales fuertes y estrechas.

Desde la organización más pequeña, hasta la más grande, siempre tendrá que buscar la forma de comunicar adecuadamente a quienes la conforman. Lo anterior supone, la creación de los canales de comunicación pertinentes. El conocimiento de qué es la comunicación interna de la empresa (en sus diferentes manifestaciones: horizontal, vertical ascendente, vertical descendente, formal, informal o transversal) permitirá tomar mejor decisiones, lo cual determinará en gran medida que la organización pueda cumplir mejor y en menor tiempo sus objetivos. Poco a poco son más quienes entienden que el desarrollo organizacional de una empresa está ligado a la comunicación productiva de las organizaciones. Sin embargo, sigue faltando cultura organizacional respecto a la importancia y pertinencia que significa la implementación de un adecuado sistema de comunicación organizacional. La comunicación desde una perspectiva dónde se le conciba como parte de las herramientas que le darán calidad a los procesos y estándares de competitividad de las organizaciones.

La dinámica de las organizaciones, demanda estrategias comunicativas planeadas. No es posible que se pretenda alcanzar nuevos mercados e integrar nuevas Tecnologías de la Comunicación a las actividades cotidianas de la organización, si la comunicación que se está llevando a cabo al interior es reactiva e improvisada.

Bibliografía

ALMENARA Aloy, Jaume, ROMERO Delgado, Mariana, ROCA Pérez, Xavier, (2005), *Comunicación Interna en la Empresa*, Barcelona: UOC.

DE LA TORRE, Zermeño, (1995), *Taller de Análisis de la Comunicación I*. México: Mc Graw Hill.

FERNÁNDEZ Collado Carlos, (2009) *La comunicación en las Organizaciones*, México: Trillas.

FERNÁNDEZ Collado, Carlos, (2001) *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*, México: Mc Graw Hill.

GARCÍA Jiménez, Jesús, (1998), *La comunicación interna*, Madrid: Díaz de Santos.

GOLDHABER, Gerald M. (2001), *Comunicación organizacional*, México: Diana.

KEITH, Davis (2003), *Comportamiento humano en el trabajo*, México: Mc Graw Hill

KREPS Gary, (1995). *La Comunicación en las Organizaciones*. Estados Unidos: Addison-Wesley Iberoamericana.

LOSADA Díaz, José Carlos, (2004), *Gestión de la comunicación en las organizaciones*, España: Ariel S. A.

LUCAS Marin, A. (1997), *La comunicación en la empresa y en las organizaciones*, Barcelona: Bosch comunicación.

NOSNIK, Abraham, MARTÍNEZ DE VELASCO, Alberto, (2008), *Comunicación organizacional práctica, manual gerencial*, México: Trillas.

TRELLES, Irene, (2004), *Comunicación Organizacional*, La Habana: Félix Varela.

WEST, Richard, (2005) *Teoría de la comunicación análisis y aplicación*, Madrid: Mc Graw Hill.

Referencias electrónicas

CASTILLO, Antonio, (2010), *Introducción a las Relaciones Públicas*, [internet]. Disponible en:

<http://es.scribd.com/doc/52202188/51/Comunicacion-transversal>

[Consulta: 4 de octubre de 2011].

MORENO Pantoja, María Gudelia, (2007), *Internet y Tecnología*, [internet].

Disponible en:

<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/evolucion-de-las-nuevas-tecnologias-en-las-empresas.htm>
[Consulta: 5 de octubre de 2011].

SAYAGO, Leonardo, (2002), *Investigación en Comunicación Organizacional*, [internet]. Disponible en:

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/invcomunorga.htm>.
[Consulta: 2 de octubre de 2011].

SOLAR Pérez, V. (2008), *El uso de las Tecnologías de la Información*, [internet].
Disponible en:

<http://www.eumed.net/rev/cccss/02/vsp.htm>
[Consulta: 5 de octubre de 2011].

IMPLEMENTACIÓN DE AGENCIAS DE DESARROLLO LOCAL EN EL ESTADO DE CAMPECHE, MÉXICO, COMO ALTERNATIVA DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL

Myrna Delfina López Noriega mdlopez@pampano.unacar.mx
Universidad Autónoma del Carmen
Lorena Zalthen Hernández lzalthen@pampano.unacar.mx
Universidad Autónoma del Carmen
Leticia Liñán González llinan@pampano.unacar.mx
Universidad Autónoma del Carmen

Resumen:

El objetivo de este trabajo es presentar los resultados preliminares del proyecto para implementar Agencias de Desarrollo Local (ADL) en el Estado de Campeche en México, partiendo desde la concepción de que son herramientas de organización en un territorio. Para ello se realizó el diagnóstico y el análisis de sensibilidad de las principales variables que inciden en la necesidad de poner en marcha este tipo de agencia, el levantamiento de la encuesta a líderes empresariales y sociales y, la generación de manuales de implementación y organización de tales agencias, que forman parte de los resultados, antecedente y consecuente de la presente propuesta. Cabe señalar que de acuerdo a la planeación original del trabajo, actualmente se encuentra en una etapa de transición entre la implementación y el monitoreo de las agencias dadas las condiciones particulares de los municipios, por lo cual se están considerando algunas recomendaciones al final del documento.

Palabras clave: Agencias de Desarrollo Local, Desarrollo Local, Planeación, Campeche.

Abstract

This paper aims to present the preliminary results of the project to implement local development agencies (ADL) in the State of Campeche in Mexico, starting from the conception of which are tools of organization in a territory. So, it was done a diagnosis and sensitivity analysis of the main variables that affect the need to implement this type of Agency; the lifting of the survey of business and social leaders, the generating and organization manuals of agencies, which are part of the results, antecedents and consequences of this proposal. It should be noted that according to the original planning of work is currently in a transitional stage between the implementation and monitoring of the ADL given the particular conditions of the municipalities. There are some recommendations at the end of the document.

Key words: Local Development Agencies, local development, planning, Campeche.

Introducción

A finales del siglo XIX, Marshall transforma la visión del desarrollo económico ligado a la del desarrollo industrial, caracterizada por la integración vertical de la empresa, al proponer

como unidad de estudio del desarrollo económico una entidad de base territorial (Albuquerque, 2004).

Así, la teoría de la organización industrial de Marshall y su concepto de organización proporcionan un fundamento teórico esencial para el enfoque del desarrollo económico local, al reincorporar el territorio como unidad de análisis.

Dentro de este contexto, como bien señala Albuquerque (2004), la organización no es únicamente capacidad empresarial sino interdependencia dentro de la empresa y el resto del tejido empresarial del que forma parte, y también con respecto al territorio donde se encuentra el sistema local de empresas, entendiendo al territorio como un ámbito con distintos actores, con capacidades y recursos diferentes a coordinar, que dinamizan el desarrollo.

Dentro de este marco y ante la incertidumbre provocada por las crisis recurrentes en la economía mundial que afectan principalmente a los países menos desarrollados, hay una búsqueda permanente para establecer mecanismos que permitan fortalecer las economías locales; sin embargo muchas de éstas han resultado poco eficaces para lograr su cometido. Ante esta realidad, el concepto de desarrollo local (DL) se visualiza como la una posibilidad de llevar adelante un proyecto de desarrollo sustentable en el que se aprovechen las capacidades territoriales (sociales, naturales, técnicas, económicas, institucionales, culturales, etc.).

El Desarrollo Local

Entendiendo al DL (Bertuzzi y Arroyo, 2005) como un proceso de desarrollo integral en el cual se busca mejorar la calidad de vida de manera sostenida de los integrantes de la sociedad en los diversos sectores (social, cultural y político). Para lograrlo, Vásquez (2001) señala que las empresas, las organizaciones, las instituciones locales y la sociedad civil juegan un papel relevante en los procesos de crecimiento y cambio estructural.

Por lo cual podemos entender que el desarrollo es la capacidad que guarda un país para mejorar el bienestar integral de todos sus habitantes en lo económico, social, cultural, tecnológico, etc. Si ese bienestar parte de un proceso endógeno que se genera en el territorio mismo, y exige la participación activa de la población se le considera DL.

Conceptualizar el DL es por demás complejo, pues nos enfrentamos ante uno de esos conceptos que comúnmente son empleados en forma intercambiable, en este caso con expresiones como desarrollo regional, desarrollo comunitario o incluso desarrollo rural refiriéndose a fenómenos que, con algunas variantes, aluden a asuntos relacionados con el desarrollo económico de unidades territoriales de características diversas (Miranda, 2007).

Para el Banco Mundial (BM) (2002) el DL es un fenómeno “relacionado con personas trabajando juntas para alcanzar un crecimiento económico sustentable que traiga beneficios económicos y mejoras en calidad de vida para todas en la comunidad”, entendiendo a la comunidad como una ciudad, pueblo, área metropolitana o región dentro de un país.

En tanto, para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2001) el DL es “Como un proceso por medio del cual un cierto número de instituciones y/o personas locales se movilizan en una localidad determinada con el fin de crear, reforzar y estabilizar actividades utilizando de la mejor manera posible los recursos del territorio”.

Para Arocena (1996) DL no es pensable si no se inscribe en la racionalidad globalizante de los mercados, pero tampoco es viable si no se plantean sus raíces en las diferencias

identatarias, mientras que para Cuervo (1998) este representa la respuesta al fracaso de los proyectos seguidos por organismos públicos nacionales, que se han reflejado en desempleo y crisis económicas recurrentes especialmente en los países en vías de desarrollo como México.

Por otro lado tenemos autores como Albuquerque (2002) que señalan que el desarrollo económico guarda una relación directa con la capacidad para generar e introducir innovaciones al interior de la base productiva y tejido empresarial de un territorio. Independientemente de la conceptualización que se le dé al DL, la realidad es que, las fuertes transformaciones que se están produciendo en la acumulación de capital han traído como consecuencia problemas en la gestión del mercado de trabajo o la adaptación y difusión de la tecnología moderna, arrastrando consigo un desajuste entre las demandas de regulación y el marco socio-institucional, ante este hecho, el Estado ha tenido que apelar a nuevas formas en la gestión pública como es la política de DL.

Así pues, el objeto de estudio del DL son los procesos de la dimensión social, económica, psico-sociocultural, política, burocrático-administrativa, al igual que la integración interna, externa nacional e internacional (Cárdenas, 2002), en la búsqueda del desarrollo económico y social equilibrado a través de la presencia y actuación activa de mecanismos institucionales que tengan en su cercanía a las poblaciones que son susceptibles de recibir los beneficios de la ejecución de políticas públicas como una ventaja competitiva, y con ello enfrentar los problemas sociales, económicos y ambientales (Torres, 2008).

Lo anterior permite integrar las necesidades reales que tienen los actores sociales desde el nivel local, regional y estatal, mismas que deben ser contempladas en la planeación del los grandes objetivos que se plantean dentro del desarrollo estatal y federal mexicano.

El desarrollo local en México

La política social en México tiene como visión para el año 2025, que todos los mexicanos a base de sus esfuerzos e iniciativas, puedan alcanzar niveles de vida dignos y sostenidos; para lograrlo se han planteado mecanismos y políticas para la creación de prosperidad y equidad mediante el desarrollo de oportunidades y capacidades, contando con la participación de toda la sociedad. Con todo esto se busca un equilibrio regional, un bienestar generalizado, que sea proporcional al desempeño de la economía mexicana y su relación con el contexto global (SEDESOL, 2005).

Es notorio que la sociedad y el gobierno mexicano no han logrado generar las respuestas apropiadas para satisfacer sus demandas básicas. Las políticas sociales adoptadas por las últimas administraciones han generado mayor desigualdad entre grupos sociales y regiones geográficas, la muestra más palpable son los 20 millones de mexicanos que el Presidente Felipe Calderón reconoce que viven en pobreza alimentaria (Sociedad, 2 de octubre 2009). La pobreza, así como marginación y, desigualdad, son más evidentes en la región Sur-Sureste del país, el 36% de la población en pobreza alimentaria se localiza en esta región. En términos de marginación los resultados no son más halagadores, los estados de Chiapas, Guerrero, Oaxaca y Veracruz son los que ocupan los primeros cuatro lugares en cuanto al índice de marginación, mientras que Campeche, Tabasco y Yucatán ocupan el séptimo, octavo y noveno lugar respectivamente (SEDESOL, 2005).

En el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2007-2012 se menciona al Desarrollo Humano Sustentable como visión transformadora del futuro de México, para lo cual se establece

asegurar la satisfacción de las necesidades fundamentales de educación, salud, alimentación, vivienda y la protección a los derechos humanos de todos los mexicanos. Para lograrlo se planteó el crecimiento de la economía y la generación de empleos, partiendo de una política económica sólida, aunada a una estrategia eficaz de superación de la pobreza y la marginación (Poder Ejecutivo Federal, 2007).

Esta estrategia integral, en la cual cada acción contribuye a sustentar las condiciones bajo las cuales se pretende se logren los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo (PND) se basa en cinco grandes ejes de acción: Estado de Derecho y seguridad; Economía competitiva y generadora de empleos; Igualdad de oportunidades; Sustentabilidad ambiental, y; Democracia efectiva y política exterior responsable (Poder Ejecutivo Federal, 2007).

A través de esos cinco ejes de acción se espera enfrentar los grandes retos y desafíos planteados por el entorno mundial y el cambio tecnológico. La Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL, 2005) indica que la estrategia integral de política pública planteada en el PND necesita varios programas para alcanzar esos retos, dentro de estos tenemos el Programa de Opciones Productivas, cuyo objetivo es apoyar proyectos productivos de la población que vive en condiciones de pobreza, incorporando el desarrollo de las capacidades humanas y técnicas como elementos para promover su sustentabilidad económica y ambiental. También se encuentra el Programa Hábitat que articula los objetivos de la política social con los de la política de desarrollo urbano y ordenamiento territorial del Gobierno Federal, para contribuir a reducir la pobreza urbana y mejorar la calidad de vida de los habitantes de las zonas urbanas marginadas.

Así, la temática del DL queda demostrada al incluirse dentro de los Programas de Opciones Productivas de Hábitat. En Opciones Productivas se pretende impulsar los procesos de integración y de desarrollo regional, a través del apoyo a proyectos productivos que vinculen diferentes actividades económicas en la región (SEDESOL, 2005). Mientras que en el Programa Hábitat, una agencia es una instancia de interés público y beneficio social, que se establece como modalidad de asociación público-privado-social de carácter plural, para desarrollar actividades de planeación y gestión urbanas.

Las Agencias de Desarrollo Local (ADL), se proponen como un nuevo actor, que es fundamental para la concreción de las acciones establecidas a través de las propuestas que se formulan en los planes estratégicos de DL. Su finalidad es impulsar las iniciativas creadas a través de la participación social y mejores prácticas de desarrollo urbano, local, metropolitano y regional (González et. al., 2007).

Las ADL en México se convierten en un apoyo para que las localidades, que comenzaron el camino del DL, puedan continuar con esta tarea de manera sostenible y al mismo tiempo aportan un panorama global desde la óptica regional a la temática del DL. Para lograr ese desarrollo, es necesario tener en cuenta que es un proyecto compartido, participativo, sostenible e integral que permiten combatir los problemas de pobreza, delincuencia, salud deficiente, falta de educación entre otros.

En cuanto al objeto de conocimiento del DL son todas las instituciones, los mecanismos de regulación de territorio, las problemáticas sociales y económicas de la población de una localidad, los recursos con que cuenta un territorio para su sobrevivencia es decir los recursos endógenos, y todos los entes involucrados para lograr el desarrollo (Torres, 2008).

El Estado de Campeche

El Estado de Campeche está situado en el suroeste de la Península de Yucatán, al sureste de la República Mexicana. Políticamente el estado de Campeche se divide en once municipios: Calkiní, Calakmul, Candelaria, Escárcega, Hecelchakán, Tenabo, Campeche, Hopolchén, Champotón, Carmen, y Palizada. Su geografía comprende agua en abundancia, clima cálido tropical y naturaleza pródiga (Gobierno del Estado de Campeche, s.f.).

La economía de Campeche se sustenta en diversos sectores productivos, entre los se encuentran el extractivo (petróleo), el turismo, la agricultura, la pesca y la industria manufacturera; también el sector servicios y el comercio, contribuyen al producto interno campechano.

El sector agrícola del estado se caracteriza por la producción de chicozapote, semilla de calabaza y arroz palay, siendo el principal productor de estos cultivos a nivel nacional. También se cultivan frutas tropicales como naranja, limón, papaya, mango de manila, caña de azúcar, sandía, guanábana y almendra.

En cuanto al sector ganadero, se cría principalmente ganado bovino y porcino; el sistema de explotación es de tipo extensivo con rotación de potreros. Aunque en todo el estado encontramos ganado bovino es, en la parte sur y centro donde se localiza la mayor población de esta especie, dadas las características naturales propicias para su desarrollo. El ganado porcino se explota tanto en forma doméstica, como en granjas que se encuentran ubicadas por lo general en el centro y norte del estado; generalmente se explotan con doble propósito, para carne y para leche.

La actividad pesquera, también de gran importancia en el estado, ya que muchas personas en la región dependen de los recursos acuáticos para subsistir. Las costas de Campeche albergan diversas especies de gran demanda nacional e internacional como camarón, sierra, róbalo y tiburón; es el estado con mayor captura pesquera de róbalo y jurel.

La industria del estado está formada por cuatro ramas: la manufacturera, la del petróleo y gas, la de construcción y otras que agrupa a la de pesca y a las agroindustrias. Este sector está conformado por empresas de empaque y conservación de especies marinas, elaboración de bebidas, galletas, harinas, azúcar, envasado y filtrado de miel, aserraderos, carpinterías, colorantes vegetales, trituradoras, fábrica de block y cal, entre otras (Gobierno del Estado de Campeche, s.f.).

La legislación como sustento de las ADL

La Ley de Planeación (Congreso de la Unión, 2011), en su versión federal, señala en la fracción IV de su artículo 1ro que este instrumento tiene por objetivo establecer las bases para promover y garantizar la participación democrática de los diversos grupos sociales así como de los pueblos y comunidades indígenas, a través de sus representantes y autoridades, en la elaboración del PND, además, de aquellas para que las acciones de los particulares contribuyan a alcanzar los objetivos y prioridades del plan y los programas.

En adición a lo anterior, la ley antes citada, señala en artículo 2do que la planeación en México estará basada en principios que: fomenten la preservación y el perfeccionamiento del régimen democrático, republicano, federal y representativo que la Constitución

establece; y la consolidación de la democracia como sistema de vida, fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo, impulsando su participación activa en la planeación y ejecución de las actividades del gobierno; la igualdad de derechos, la atención de las necesidades básicas de la población y la mejoría, en todos los aspectos, de la calidad de la vida, para lograr una sociedad más igualitaria, garantizando un ambiente adecuado para el desarrollo de la población; el fortalecimiento del pacto federal y del Municipio libre, para lograr un desarrollo equilibrado del país, promoviendo la descentralización de la vida nacional, con lo que se reconoce la indispensable necesidad de la participación en la planeación desde lo local; y el equilibrio de los factores de la producción, que proteja y promueva el empleo; en un marco de estabilidad económica y social.

El espíritu de los aspectos antes señalados es recuperado a su vez de manera íntegra en el artículo 1 y 2 de la Ley de Planeación del Estado de Campeche (Poder Legislativo del Estado Campeche, 1985), para el establecimiento del Plan Estatal de Desarrollo. El propio artículo 4to de la Ley de Planeación Federal, establece como responsabilidad del Ejecutivo Federal conducir la planeación nacional del desarrollo con la participación democrática de los grupos sociales, en base a lo establecido en tal ordenamiento, mientras que el artículo del mismo número de la ley estatal establece dicha obligación dentro de la entidad federativa para el Ejecutivo del Estado de Campeche.

La ley estatal le confiere, en sus artículos 4 y 5, responsabilidades en la conducción de la planeación al Ejecutivo del Estado y a los Ayuntamientos, de manera respectiva, pero siempre contemplando la participación democrática de los sectores social y privado. Dentro del propio artículo 9o de la multicitada ley federal se determina que las dependencias de la administración pública centralizada deberán planear y conducir sus actividades con sujeción a los objetivos y prioridades del PND, a fin de cumplir con la obligación del Estado de garantizar que éste sea integral y sustentable. Con ello se reafirma la necesidad de la puesta en operación de los organismos e instrumentos que recojan desde lo local los aspectos que conforman y dan fortaleza a la planeación.

De hecho, en el marco del Sistema Nacional de Planeación Democrática (SNPD) (Montemayor, s.f.), al Gobierno Federal le es conferida la obligación de tomar en cuenta las propuestas de los gobiernos de los estados y los planteamientos que se formulen por los grupos sociales y por los pueblos y comunidades indígenas interesados, así como la obligación de proyectar y coordinar la planeación regional, con la participación que corresponda a los gobiernos estatales y municipales; además consultar a los grupos sociales y los pueblos indígenas y, en su caso, incorporar las recomendaciones y propuestas que realicen.

Mientras tanto, en el ámbito estatal, la Ley de Planeación del Estado de Campeche da un ordenamiento similar, con el SNPD, contemplando ahora a los ayuntamientos, dando voz a los sectores interesados.

Respecto a la participación social en la planeación, se establece la obligación para que dentro del SNPD tenga lugar la participación y consulta de los diversos grupos sociales, con el propósito de que la población exprese sus opiniones para la elaboración, actualización y ejecución del plan y los programas a que se refiere esta Ley, señalando de manera específica a las organizaciones representativas de los obreros, campesinos, pueblos y grupos populares; de las instituciones académicas, profesionales y de investigación de los

organismos empresariales; y de otras agrupaciones sociales, quienes participarán como órganos de consulta permanente en los aspectos de la planeación democrática relacionados con su actividad a través de foros de consulta popular que al efecto se convocasen.

Por su parte, en el ámbito estatal, dentro del SNDP, se señala que tendrá lugar la participación popular en la elaboración, actualización y ejecución del Plan Estatal, de los planes municipales y de los programas a que se refiere esta ley, el vehículo para ello será el Sistema Estatal de Consulta Popular.

Así mismo, se establece que las organizaciones representativas de los sectores obrero, campesino y popular; las instituciones académicas, profesionales y de investigación; los organismos empresariales; y, en general, todas aquellas agrupaciones sociales existentes en la entidad, participarán como órganos de consulta permanente en los aspectos de la Planeación Democrática, relacionados con su actividad, a través de foros de consulta popular que para ese efecto se convoquen.

El proyecto de implementación de las ADL

Objetivo general: Generar ADL, en las modalidades estatal y regional, que integren a las distintas organizaciones que contemplan las leyes de planeación federal y del Estado de Campeche, para que funjan como instrumentos promotores de la participación social en la toma de decisiones, que sirven para mejorar la calidad de vida y las condiciones de desarrollo económico y social de quienes habitan en los municipios del Estado de Campeche.

Justificación: Dadas las áreas de oportunidad que se tienen en materia de planeación regional y local en el Estado de Campeche y considerando el proceso de planeación regional, es necesario crear participativamente un marco de referencia para el desarrollo integral de la región, que sirva para promover programas, proyectos y acciones conjuntas entre los estados y entre éstos y la Federación; que promueva la coordinación y complementación intersectorial. Con bases cimentadas en la Ley de Planeación, se plantea la importancia de diseñar un mecanismo eficaz y sustentado para integrar voluntades en torno a una estrategia integral para el desarrollo regional sustentable, con la consecuente definición de los mecanismos operativos y criterios para la asignación de recursos y la implementación de proyectos regionales y locales. Mecanismo que al integrar los sectores privados, social y gubernamental debe servir como un canal de diálogo bidireccional para la toma de decisiones.

Metodología

De acuerdo con las etapas de ejecución del proyecto, la metodología fue la siguiente:

1. Recopilación de información y trabajo de campo.

Para la recopilación de información se consideraron datos macroeconómicos y sociales de los municipios, a través de fuentes secundarias. El trabajo de campo tuvo como objetivos principales:

- Determinación de la percepción física, social, cultural y económica de cada municipio y de sus comunidades correspondientes, desde un punto de vista cualitativo.
- Definición de la importancia de las comunidades en la vida política, empresarial, académica y social de cada municipio. Para la determinación de su grado de

importancia, se tomaron en cuenta las consideraciones comunes de las ADL y las variables adecuadas a cada municipio: inclusión, participación y responsabilidad.

- Identificación de los líderes en el ámbito político, empresarial, social y académico, tomando a las ADL como generadoras de interacción social; para lograrlo se empleó la Teoría de Redes Sociales, mediante la cual se detectaron los líderes de cada municipio como un nodo vinculador, que a su vez propusieron a más actores.
- Posteriormente a su identificación, se estableció un sistema de validación de incidencia real, que incluyeron reuniones con los líderes identificados, en las cuáles se determinaron fácticamente si tenían una influencia en la región, ó en su caso, eran líderes informales. Esta identificación y validación de los líderes fue pieza clave en la metodología, ya que de ahí partieron las acciones y lineamientos de las ADL.
- Determinación de acciones concretas para las ADL, para ello se elaboró un estudio prospectivo, a través de la aplicación de una encuesta basada en el método Delphi. Mediante este instrumento, se identificó la visualización de las ADL por parte de posibles integrantes e interlocutores. En función de dicha visión, y tomando en cuenta las variables de cada municipio, se determinaron las primeras acciones afirmativas para cada ADL en los municipios. Finalmente, a partir de los resultados, se elaboró la matriz de necesidades, posibilidades y oportunidades.

2. Diseño de manuales de operación y organización de las ADL, de acuerdo a:

- Construcción de una base de datos con información estatal.
- La reglamentación, a través de manuales de operación y organización. Inicialmente se desarrollaron de manera genérica, sin embargo en los talleres fueron adaptados y “tropicalizados” (a la realidad de cada municipio).
- Capacitación a través de talleres en base a los manuales de operación y organización. El número de talleres realizados estuvo en relación directa de las características propias de los municipios y su población, así como de la agenda propia de las autoridades municipales, sin ser esto último determinante.

3. Implementación de las ADL considerando:

- Aplicación de manuales de instrumentación/operación y capacitación de los posibles integrantes de las ADL, a efecto de que se incorporen o incorporaran a las distintas organizaciones que contemplan las leyes de planeación federal y del Estado de Campeche, para que fungieran como instrumentos promotores de la participación social en la toma de decisiones.
- Convocatoria a organismo e instituciones para integrarse a las ADL, así como a la capacitación mediante *workshops* que se han impartido, por lo menos en dos ocasiones en cada municipio de acuerdo a las inquietudes y dudas de los participantes.
- Propuesta del instrumento de asignación presupuestal contemplado para iniciar labores, considerando el registro de la asociación civil (A.C.) y el local para las reuniones.
- Generación o adaptación de estatutos en base al modelo de ADL y los alcances que se pretenden lograr. Asesoría legal para su constitución.

4. Monitoreo de las ADL implementadas que se ha llevado de acuerdo a:

- Asesoría y seguimiento en la generación de los estatutos de la A.C.
- Asesoría y capacitación en actividades propias de la agencia: generación de proyectos, obtención de fondos (estatales, nacionales e internacionales), talleres de capacitación,
- Monitoreo remoto de la operación de la ADL. Actividad que se está ejecutando en Hopelchen, Calkiní, Tenabo, Candelaria, Escárcega, Champotón, Palizada y Calakmul.
- Realización de reportes de resultados y recomendaciones sobre la operación de las ADL, aún por efectuarse.

Resultados preliminares

1) La impartición de por lo menos dos talleres para la implementación de las agencias en diez de los once municipios del estado. En el Municipio de Campeche, se ha realizado sólo una reunión informativa.

2) En ocho municipios se han implementado las agencias, todas ya han desarrollado su organigrama y estatutos.

3) Gestión por parte de los miembros, para el registro de las ADL como A.C.

4) Ha sido necesario impartir en varias ocasiones los talleres y charlas informativas, debido a que la respuesta a las primeras convocatorias se ha caracterizado por la falta de los sectores productivos; sin embargo, esta ha sido más efectiva al aprovechar las reuniones de los Consejos Municipales de Desarrollo Rural Sustentable.

5) La participación ha sido en mayor o menor medida de representantes de algunos sectores productivos y otros más comisarios ejidales. Ha sido de gran importancia la presencia de los presidentes municipales. En general, en todos los casos han mostrado interés por la implementación de las agencias y las consideran necesarias.

La planeación inicial del proyecto, a la fecha de este documento se tenía considerada la implementación de las agencias en los once municipios, sin embargo y dado que se atravesó el periodo de vacaciones y en otros casos las ferias municipales (como es el caso de Carmen y Palizada), así como los problemas presupuestales iniciales derivados del desfase en el arranque del proyecto, en varios municipios se reprogramaron las agendas de trabajo para la conformación de las ADL.

Los resultados alcanzados, de acuerdo a los objetivos, no se han logrado sólo en tres casos: Municipios de Carmen, Campeche y Hecelchacán.

Por otro lado, se ha logrado incorporar recurso humano en formación (tanto alumnos como docentes), así como el establecimiento del convenio con la UAM-I, integrando a alumnos del área de sociología de esa institución y de la Facultad de Derecho de la UNACAR, que ha permitido el enriquecimiento y asesoría en el trabajo de campo, al igual que en la generación de estatutos de las A.C.

Conclusiones

Una de las claves para la implementación de las ADL en el Estado de Campeche es la sensibilización de todos los actores participantes, incluyendo las autoridades de los organismos participantes (Ayuntamiento, Universidades, Consejos empresariales, Asociaciones, etc.), acerca de la necesidad de creación de la agencia como generadora y gestora del desarrollo económico, social y cultural de los municipios.

Otro factor ha sido, la construcción de consenso entre los actores de los organismos que conformarán las ADL y la determinación de los roles de cada institución. Para esto ha sido importante que en cada caso se definiera con claridad sus intereses y sus posibilidades de aporte al DL, esto detonará las sinergias que permitirán potenciar la acción sobre el territorio.

Por otro lado, si bien todos los municipios son del Estado de Campeche, han existido diferencias muy marcadas entre ellos, dado que se han establecido dos zonas muy heterogéneas entre los municipios del norte y del sur del territorio estatal. Lo anterior ha determinado estrategias diferenciadas al momento de la elaboración de manuales y capacitación en los talleres e incluso en las reuniones para la implementación de las agencias.

Finalmente, el grado de preparación y conocimiento previo de cada uno de actores sobre las ADL, así como su participación en los proyectos productivos de su municipio, ha dado como consecuencia diversos grados de complejidad al proceso mismo de implementación, que no se tenían considerados en el proyecto inicial, en consecuencia, se han logrado avances muy diferenciados.

Referencias Bibliográficas

20 millones de mexicanos viven en pobreza alimentaria, reconoce Felipe Calderón. (2009, Octubre, 2). Sociedad.

Albuquerque, F. (1997). El proceso de construcción social del territorio para el desarrollo económico local, ILPES/CEPAL.

Albuquerque, F. (2002). "Desarrollo económico territorial. Guía para agentes". Instituto de Desarrollo Regional, Fundación Universitaria, Sevilla, España

Albuquerque, F. (2004). Desarrollo económico local y descentralización en América Latina. *Revista de la CEPAL* 82, abril 2004, pp.157-171

Arocena, J. (1996). El desarrollo local. Aspectos teóricos. Condicionantes. Actores involucrados. Exposición en el Seminario Regional "Globalización, desarrollo local y las Cooperativas", Florida, 27, 28 de septiembre de 1996.

Banco Mundial (2002). Definición del Desarrollo Sostenible. Recuperado el 15 de octubre de 2011, de: <http://www.worldbank.org/depweb/spanish/sd.html>

Bertuzzi, M. L., y Arroyo, J. (2005). "Ciudad y urbanización, problemas y potencialidades". Argentina: UNL.

Cárdenas, N. (2002). "El desarrollo local su conceptualización y procesos". (Provincia) Universidad de los Andes.

Cuervo, L. (1998). Desarrollo económico local: leyendas y realidades, *Territorios*, Revista de Estudios Regionales y Urbanos, # 1, CIDER, Univ.de Los Andes, Santafé de Bogotá, Colombia.

Congreso de la Unión (2011). Ley de Planeación. Diario Oficial de la Federación

Gobierno del Estado de Campeche (s.f.). Portal del Estado. Consultado el 12 octubre de 2010 en: <http://camp.gob.mx/default.aspx>

González, L. et. Al. (2007). “Temas de desarrollo local y regional en México”. León, Guanajuato, México: Universidad de Guanajuato: Licenciatura de desarrollo regional.

Miranda (2007). “Desarrollo de una metodología de análisis de las condiciones de desarrollo local a partir del estudio de un caso: Treinta y Tres”. En: *Agentes y Agenda para el desarrollo económico territorial y el empleo*", RED DETE ALC III Seminario Internacional de Desarrollo Económico Territorial y Empleo, noviembre de 2006 en Montevideo, Uruguay. Cinterfor/OIT, pp.275-292.

Montemayor, R. (s.f). Sistema Nacional de Planeación Democrática, *Tribuna*, Universidad Nacional Autónoma de México.

OCDE (Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos) (2001). *Devolution and Globalisation. Implications for Local Decision-Makers*, París.

Poder Ejecutivo Federal. México (2007). Plan nacional de desarrollo 2007-2012. México: Secretaría de Hacienda y Crédito Público

Poder Legislativo del Estado, Campeche (1985). Ley de planeación del Estado de Campeche, Campeche.

Rodríguez, A. (2006). Desarrollo económico territorial endógeno. Teoría y aplicación al caso Uruguayo. Instituto de Economía. Serie Documentos de Trabajo. DT 02/06

SEDESOL (2005). Programas sociales. Recuperado 12 de Julio de 2010 de <http://www.sedesol.gob.mx/index/index.php?sec=4>

Torres, M. (2008). “Aplicación de instrumentos de Relaciones Públicas en el ámbito del Desarrollo Local. Descripción y posibilidades”. Universidad de Barcelona.

Vázquez, A. (2001): Desarrollo económico local y descentralización: aproximación a un marco conceptual, LC/R.1964, Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

DISEÑO DE UN MODELO DE SISTEMAS DE GESTIÓN INTEGRAL PARA INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN MÉXICO BASADOS EN LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO, FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN, UAEM.

Julio Alvarez Botello julioalvarezbotello@yahoo.com
Universidad autónoma del Estado de México

Eva Martha Chaparro Salinas bebachaparro@yahoo.com.mx
Universidad Autónoma del Estado de México

Juan Alberto Ruíz Tapia jart2005@gmail.com
Universidad Autónoma del Estado de México.

RESUMEN:

La presente investigación permitirá corroborar la pertinencia y efectividad de la implementación de los sistemas de gestión dentro de las organizaciones de educación superior en el aumento de la satisfacción de los usuarios de los diversos servicios que prestan dichas instituciones, así como corroborar la aportación de la adecuada Gestión del conocimiento en las IES.

Iniciará explicando la complejidad y el estado del arte que guardan la implementación de los sistemas de gestión para entonces realizar los levantamientos y análisis de información, y con esto proponer el modelo para la implementación de un sistema de gestión integral para IES.

Para realizar esta investigación se utilizará el paradigma cualitativo basado en la investigación-acción y como sustento teórico se aplicará una teoría explicativa.

Se espera encontrar elementos suficientes para poder sugerir y plantear una metodología para desarrollar e implementar un sistema de gestión integral para organizaciones educativas de nivel superior.

PALABRAS CLAVE: Gestión del Conocimiento (KM), Sistemas de Gestión Integral, Satisfacción de los usuarios.

ABSTRACT:

This research will make it possible to confirm the relevance and effectiveness of the implementation of management systems within organizations of higher education in the increase of the satisfaction of the users of the various services provided by these institutions, as well as corroborating the provision of adequate management of knowledge in the IES. It will start explaining the complexity and the State of the art which are the implementation of management systems to then carry out surveys and analysis of information, and propose the model for the implementation of a system of comprehensive management for IES.

To perform this research uses qualitative paradigm based on action research and as a theoretical basis applies an explanatory theory. Expected to find sufficient evidence to

suggest and make a methodology to develop and implement a management system for educational organizations at a higher level.

Keywords: Management knowledge (KM), integrated management, customer satisfaction systems.

INTRODUCCIÓN:

La presente investigación identificará la problemática que viven las universidades públicas en México y el nuevo rol que la sociedad está exigiendo de ellas, es menester de este trabajo de investigación el estudiar la administración educativa mediante una metodología clara y aplicable que lleve a un estrado de alto reconocimiento como instituciones de calidad y formadores, así como entidades generadoras de conocimiento, extensión y apoyo a la comunidad, así como la difusión de la cultura y de la integridad del ser humano.

El enfoque teórico metodológico de esta investigación será el paradigma cualitativo, con enfoque investigación-acción y la metodología a utilizar es la “Gestión del Conocimiento (KM), así como las metodologías propuestas por la norma ISO19011 en su versión 2002 autorizado por la Organización Internacional de Estándares (ISO).

Los resultados que se obtuvieron de la presente investigación es la de generar una metodología que permita implementar un SGI que incluya un Sistema de Gestión de Calidad, Medioambiental, en Seguridad y Salud Ocupacional, Acreditaciones académicas y específicas que cada organización adicione al SGI, lo anterior aplicable a las IES de México y tomando como prueba piloto a la FCA.

Objetivo general:

38. Diseñar un modelo para la implementación de un SGI basado en KM para IES en México tomando como el caso de estudio la FCA.
39. Desarrollar un programa de implementación de sistemas de Gestión Integrales basado en KM para IES tomando como caso de estudio la FCA.

Objetivos específicos

6. Investigar los referentes históricos de la implementación de SGI en IES
7. Identificar los fundamentos teóricos existentes sobre los SGI en IES
8. Documentar el avance de los SGI en IES
9. Desarrollar el diseño que deben tener el modelo para la implementación de SGI en IES basados en KM.

1. SUSTENTACIÓN TEÓRICA Y EPISTEMOLÓGICA DEL ENFOQUE:

El sustento teórico y epistemológico de esta investigación está basado en el paradigma cualitativo bajo el enfoque de Investigación-acción, esto debido al estudio de un sistema de actividad humana y las técnicas grupales que se utilizarán en la misma.

La Administración educativa ha tenido una transformación profunda basada en la búsqueda de la mejora de los resultados en la enseñanza y aprendizaje de la finalidad última de una institución educativa.

(Murillo, 2006) El Papel del director es trascendente para poder aspirar a escuelas con sistemas de gestión que promuevan la calidad educativa y la mejora administrativa. En los estudios contemporáneos de los perfiles que debe tener un Director escolar se concluye que

estos deben tener un perfil que les permita desarrollar el liderazgo compartido, Murillo lo llama Liderazgo Distribuido.

El enfoque de la enseñanza que debe ser desarrollada desde la Dirección debe tener una visión que incluya y vea a la educación como algo permanente y orientado al desarrollo de competencias, es de vital trascendencia el incluir la discusión de la Calidad de la Educación para tener una visión de trascendencia del conocimiento, (Pérez, 2005).

José Antonio Pareja y Cesar Torres proponen desde el punto de vista del modelo de “Organizaciones que aprenden”, (Pareja, 2006), así también Catalina Martínez nos orienta respecto a los objetivos de calidad que deben ser parte de una institución de educación: (Martínez, 2005).

Así también se tiene como producto primero de las IES el de la generación de conocimiento, que no siempre es gestionada adecuadamente, es por esto que se recurrió a autores como Delia Grovi (Grovi, 2004), René Tissen (Tissen, 2000), Stuart Barnes (2002), Domingo Gallego (Gallego, 2004), y Agustí Canals (Canals, 2003), autores que han profundizado no solo en la concepción del KM sino se han introducido en la aplicación del KM en diferentes entornos incluyendo el de las IES.

2. MATERIALES Y MÉTODOS **EL DIAGNÓSTICO COMO MÉTODO DE TRABAJO**

Referentes teóricos del diagnóstico

Los referentes que serán utilizados para el desarrollo del diagnóstico están publicados en (Grovi, 2004), (Tissen, 2000), (Barnes, 2002), Gallego, 2004), Soto, 2006) y (Canals, 2000).

Supuestos del diagnóstico

Actualmente las IES buscan certificaciones y acreditaciones como sistemas de gestión independiente, generando una duplicidad frecuente de trabajos para poder cumplir con las diferentes normas o lineamientos bajo los cuales serán evaluados o auditados, generando un elevado nivel de ineficiencia y baja productividad.

Dimensión del diagnóstico

El diagnóstico se suscribe a una entidad que cumple con la totalidad de las funciones sustantivas de un organismo de educación superior (Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma del Estado de México) el cual incluye las funciones de: Docencia, Difusión de la cultura, Extensión y vinculación, Investigación y estudios de posgrado y Gestión educativa.

Selección de técnicas e instrumentos

El trabajo con grupos multidisciplinarios elegidos como muestra de expertos para fines de la obtención de la información y trabajar con mapas conceptuales consensuados con cada grupo.

Procedimiento metodológico

La Teoría General de los Sistemas como escuela de la Administración con la metodología específica de Gestión del Conocimiento serán los pilares metodológicos de la presente investigación.

Resultados

El análisis de resultados bajo el cual se realizará el análisis será un “análisis descriptivo” basado en un estudio DOFA y mapas de actividades o conceptuales, con estos esquemas se realizará una contrastación teórica al realizar los propios diseñados (basados en la teoría de la gestión educativa) que permitirán identificar las posibilidades de mejora y los elementos de fortaleza del sistema.

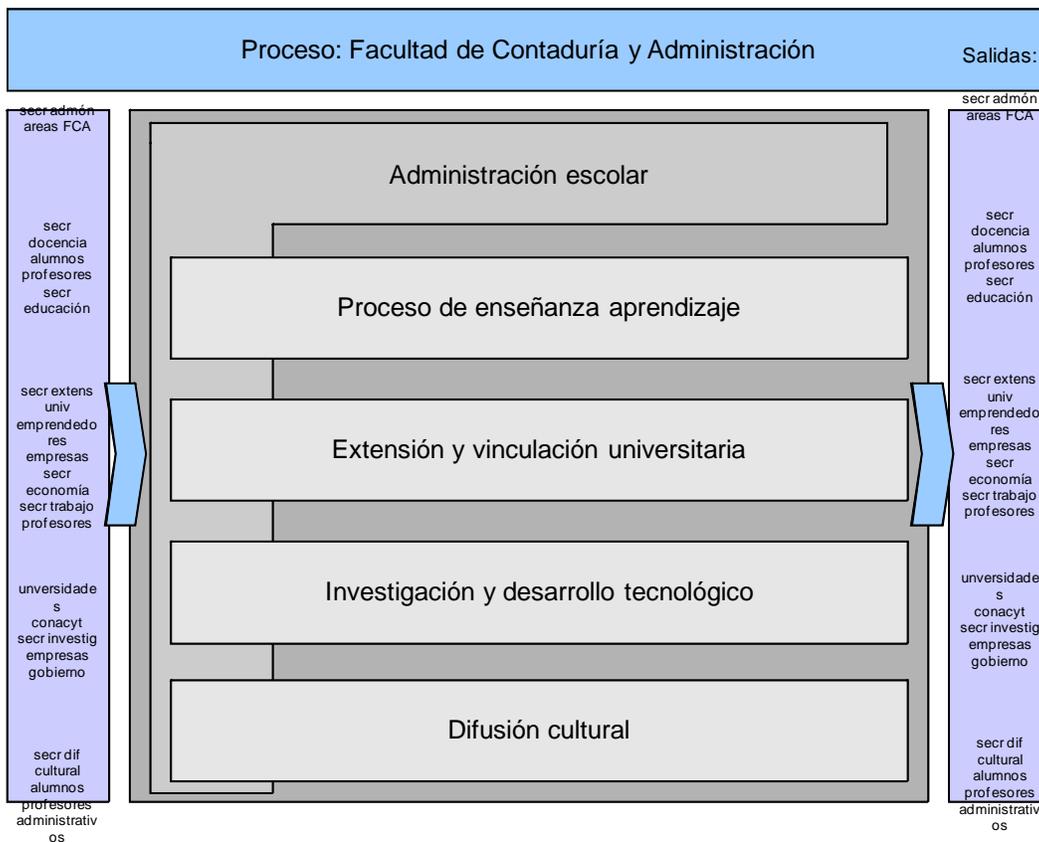
ESTUDIO DOFA

EJE RECTOR	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
DOCENCIA	<ul style="list-style-type: none"> - La mayoría de los profesores con estudios de maestría. - Acreditación de los programas - Ser reconocidos internacionalmente - Ser una institución pública - El 100% de estudiantes se encuentran en el programa de tutoría institucional - Se cuenta con un programa de capacitación docente para la totalidad. - Aceptación del mercado laboral de nuestros egresados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Porcentaje alto de profesores de asignatura. - Programa de tutoría - No se cuenta con plan de capacitación para docentes por área de conocimiento - Docentes no tienen seguridad laboral - Programas no están adecuados a las necesidades del mercado laboral 	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de Licenciaturas a Distancia - Creación de las licenciaturas de Mercadotecnia y Logística - Clubes académicos 	<ul style="list-style-type: none"> - Alta deserción de Profesores y Alumnos - Obsolescencia de los Programas de Estudio por competencias - Obsolescencia de los Profesores - Aumento de Escuelas Privadas - No difundir el conocimiento de las ciencias administrativas en la comunidad
INVESTIGACION Y POSGRADO	<ul style="list-style-type: none"> - Maestrías con amplia aceptación - Creación del doctorado en ciencias económico administrativas - Nueva Maestría en Alta Dirección en sistemas de Información. - 14 PTC - 5 doctores - 15 PTC estudiando doctorado - 2 SNI, perfiles PROMEP. - 11 investigaciones en proceso. - 8 aulas equipadas. - Maestría en Administración ofertada en Nicaragua UNAN-León 	<ul style="list-style-type: none"> - Postgrados no certificados - Instalaciones poco utilizadas - Área poco integrada al resto de la Facultad. - Material bibliográfico poco actualizado. - Profesores de asignatura no identificados con la FCA - Poca promoción efectiva de participaciones en investigación por estudiantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de nuevas maestrías como Mercadotecnia, Sistemas de Información y Capital Humano - Certificación de las Maestrías - Formación de Cuerpos Académicos - Formación de Centro de Investigación - Creación de la Revista Arbitrada - Maestría a Distancia 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de Ofertas de maestría en Instituciones Privadas - Obsolescencia de los programas de estudio respecto de los de la competencia - Obsolescencia de los Profesores
DIFUSION CULTURAL	<ul style="list-style-type: none"> - Se cuenta con talleres culturales - se cuenta con programa de actividades deportivas - Se cuenta con revista interna - Se hacen brigadas universitarias - Se encuentra certificado como edificio libre de humo la FCA - Se cuenta con un programa certificado con ISO9001 servicio social y prácticas profesionales - Se incorpora al 100% de los estudiantes en programas de identidad universitaria - Se realizan periódicamente visitas guiadas a empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> - No hay continuidad en los talleres - No hay coordinación entre actividades deportivas y el resto de las áreas de la FCA. - Carencia de equipos representativos de la FCA - No se cuenta con un consejo editorial que se reúna y avale las editoriales. - No se producen libros, revistas arbitradas, y otros productos editoriales académicos en la FCA. 	<ul style="list-style-type: none"> - Difundir la Cultura y Deportes en C. U. - Integrar Selecciones Culturales y Deportivas - Formar una cultura de Protección Universitaria Interna y Externa 	<ul style="list-style-type: none"> - Formar alumnos con poca ética profesional - Falta de Identidad Universitaria
EXTENSION Y VINCULACION	<ul style="list-style-type: none"> - 42 convenios vigentes - Se cuenta con un programa 	<ul style="list-style-type: none"> - No existe estructura organizacional 	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento del Intercambio 	<ul style="list-style-type: none"> - Competencias externas en

EJE RECTOR	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> de diplomados - Se cuenta con el CAPyME - El modelo de incubación Incubask - Incorporado el modelo del SBDC. - Vicepresidencia de la zona centro de la AMCDPE. - Certificados en ISO9001 - Amplias instalaciones. - Unidades de aprendizaje enfocadas a fomentar la cultura emprendedora en los alumnos. - Contamos con página Web - Centro evaluador Conocer. 	<ul style="list-style-type: none"> adecuada que atienda los programas - La atención al público sigue siendo limitada, principalmente en el horario vespertino. - Muy pocos convenios son aprovechados y no se difunden los logros obtenidos de estos convenios - Existen pocos proyectos empresariales por alumnos de la Facultad, y aun menos consolidados. 	<ul style="list-style-type: none"> Académico Nacional e Internacional - Aprovechar los diversos programas de apoyo a PYMES a nivel universidad, municipal, estatal y federal -Fortalecer la relación empresa facultad - Crear Brigadas Universitarias Multidisciplinarias 	<ul style="list-style-type: none"> Centros de Apoyo de la Pequeña y Mediana Empresa
ADMINISTRACION	<ul style="list-style-type: none"> - Certificación de procesos ISO9001 - Tenemos presupuesto de Gobierno Federal y Estatal. - Contamos con infraestructura suficiente para desempeñar las labores administrativas. - Se cuentan con recursos PIFI, POA, y recursos propios (Capyme, 	<ul style="list-style-type: none"> - No se cuenta con un reglamento Interno de la FCA - No se cuenta con equipos con capacidades adecuadas para el trabajo. - Cuenta con presupuesto limitado. - Surtimiento de material de 	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar el ambiente laboral - Implantar un sistema de estadística de la FCA - Gestionar recursos para mejorar la Infraestructura de la Facultad -seguimiento e 	<ul style="list-style-type: none"> - Presupuestos Limitados - Procesos muy largos y tediosos - Prestar servicios ineficientes por falta de insumos

Los procesos internos que fueron identificados por el grupo multidisciplinario son cinco: Administración, Enseñanza-aprendizaje, Extensión y vinculación, Investigación y desarrollo tecnológico y Difusión cultural.

Se muestra a continuación un resumen de los elementos esenciales encontrados.



Mapa de Proceso Administración

Tiene procedimientos en su totalidad dependientes de procesos centralizados por la UAEM, pudiendo desarrollar preparaciones para incorporar una certificación en Calidad en la totalidad de los procesos cumpliendo con los procesos centrales.

Mapa de Proceso Enseñanza Aprendizaje

Este es un proceso con problemas en la cantidad de controles duplicados por llevar acreditaciones administradas de manera independiente en cada licenciatura, así también integrar las actividades de control escolar y tutoría para tener un proceso de enseñanza aprendizaje cuyo objetivo incluya al menos el indicador de porcentaje de egresados respecto del ingreso por cohorte.

Mapa de Proceso Extensión y Vinculación

Este proceso ha crecido de manera importante en los últimos 4 años permitiendo tener procesos jóvenes pero bien establecidos teniendo hasta ahora la posibilidad de certificar en ISO9001 estos procesos.

Mapa de Proceso Difusión Cultural

Este proceso ha crecido notablemente en los últimos cuatro años debido principalmente al apoyo en infraestructura que ha tenido teniendo por consecuencia una participación elevada de los estudiantes en estas actividades, lo anterior permite que pueda incorporarse a un SGC formalizando los procesos.

Mapa de Proceso Investigación

Este proceso habrá que preparar procesos y procedimientos que puedan tomarse como estándares de trabajo que faciliten la incorporación dentro de un SGI.

Estudio de Acreditaciones y certificaciones:

ISO9001	CACECA	PNPC	ISO14001	OHSAS18001
Sistema de Gestión			Sistema de Gestión Implementación y operación	Sistema de Gestión Implementación y operación
Responsabilidad de la Dirección	Recursos financieros	Financiamiento	Revisión por la Dirección Planeación	Revisión por la Dirección Planeación
Gestión de Recursos	Profesores Información adicional	Personal académico Infraestructura	Implementación y operación	Implementación y operación
Realización del producto	Estudiantes Programas de estudio Formación integral Extensión- Investigación	Estructura del programa Estudiantes Vinculación	Control operacional	Control operacional
Medición, análisis y mejora	Recursos- Eficiencia	Productividad académica	Verificación	Verificación

3. PROPUESTA Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Las ventajas concebidas por una metodología que implemente SGI deberán ser:

- Se reduce el tiempo de implementación.
- Se unifica el manual de procesos, procedimientos así como su control.
- Se reduce la necesidad de vigilancia dejando un solo plan de auditorías.
- Las buenas prácticas que integren los beneficios al SGI.
- La eficiencia se calcula uniendo los esquemas de medición y mejora continua.
- El control de no conformidades, acciones correctivas y preventivas se centraliza y se diversifica a todos los miembros de la organización.
- El costo del mantenimiento del SGI genera ahorros que entre más SG particulares se agreguen al SGI menor será el gasto de recursos.
- Los organismos certificadores asisten en un solo momento, esto redundará en reducción de días auditor, auditorías más económicas.

Satisfacción del cliente

- Es un esquema de medición mediante la cual la organización genera un proceso para conocer la opinión del cliente sobre los servicios educativos.

Eficacia del SGI

- Indicadores que permiten medir los procesos documentados en el SGI.

Propuesta metodológica global

La propuesta metodológica está basada en los beneficios arriba mencionados proponiendo tres fases como se muestra a continuación:

<i>FASE 1. Desarrollo del SGI para la Institución de enseñanza superior</i>	<i>FASE 2: Desarrollo del SGI incluyendo a las instituciones proveedoras</i>	<i>FASE 3: Desarrollo del SGI incluyendo a la organizaciones cliente.</i>
<p>1.1. Desarrollar el Sistema de gestión de Calidad (SGC) creando un sistema de medición de la satisfacción del cliente y la medición de la eficacia del SGI</p> <p>1.2. Crear el SGI tomando como base el SGC pensando en adicionar nuevos sistemas de Gestión.</p> <p>1.3. Incorporar el Sistema de Gestión ambiental (SGA) sobre el SGI formado.</p> <p>1.4. Incorporar el Sistema de Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional (SGSS) sobre el SGI que ya incluye el SGC, KM y el SGA.</p> <p>1.5. Continuar agregando los requerimientos específicos hacia la organización por las diferentes partes interesadas.</p>	<p>2.1. Promover y vigilar la creación de SGC creando un sistema de evaluación que pueda identificar la eficacia de los SGC tomando en cuenta la satisfacción de la institución superior respecto de sus instituciones proveedoras.</p> <p>2.2. Promover la Creación de un SGI tomando como base el SGC pensando en adicionar nuevos sistemas de Gestión con un esquema básico propuesto y vigilado por la institución superior.</p> <p>2.3. Promover la incorporación del SGA sobre el SGI formado.</p> <p>2.4. Promover la incorporación del SGSS sobre el SGI que ya incluye el SGC, el SGA y KM.</p>	<p>3.1. Desarrollar junto con la red de distribución de un SGC creando un sistema de evaluación que pueda identificar la eficacia de los SGC tomando en cuenta la satisfacción del cliente final hacia los servicios que se le proporcionan hacia las instituciones con influencia.</p> <p>3.2. Desarrollar institución superior e instituciones influenciadas un SGI tomando como base el SGC pensando en adicionar nuevos sistemas de Gestión con un esquema básico propuesto y vigilado por la institución superior.</p> <p>3.3. Incorporar el SGA sobre el SGI formado.</p> <p>3.4. Incorporar el SGSS sobre el SGI que ya incluye el SGC, el SGA y KM.</p>

Nota: Estos elementos permitirán desarrollar estrategias que atiendan las debilidades, amenazas, oportunidades y fortalezas con los procesos internos.

Resultados de la investigación

Los principales resultados obtenidos son los siguientes:

- Certificación de la FCA con 9 procesos en ISO9001:2008
- Reconocimiento como edificio libre de humo en los dos campus.
- Reconocimiento de “Mejores prácticas” dentro de la UAEM

- Acreditación por Organismos reconocidos por COPAES para el total de licenciaturas y el nivel uno por CIEES.
- Actualmente acreditados en el PNPC la Especialidad y el Doctorado con el que se cuenta, y en proceso las tres maestrías que se tienen FCA.

Lo anterior es parte de los beneficios que se pueden obtener siguiendo el modelo propuesto, cada organización con sus diferencias puede ir adecuando este a su realidad, lo relevante es la facilidad con la que se puede generar satisfacción a los diferentes destinatarios (clientes) de los servicios proporcionados.

Conclusiones:

El desarrollo de modelos de Gestión que permitan la integración de los esfuerzos administrativos de las Instituciones de Educación Superior y poder optimizar los recursos escasos que normalmente tienen este tipo de organizaciones es de vital importancia y la investigación presente permite optimizar recursos como los tiempos de preparación, atención de evaluaciones y auditorias, lo cual en el mediano y largo plazo permitirá que pueda orientarse el trabajo de las instituciones a la mejora continua de sus procesos administrativos y sustantivos y no a la preparación a priori para lograr objetivos mediáticos en el logro de reconocimientos como lo son las acreditaciones y certificaciones.

Bibliografía

- j) Agustí, C. (2003). Gestión del conocimiento. Gestión 2000, México
- k) Alfredo Rojas Figueroa. (2006). “La cara oculta de la luna. Liderazgo y crítica al racionalismo en la formulación e implementación de políticas educacionales. REICE, Madrid, España.
- l) Alvaro Chrispino. (2007). “O uso de indicadores sentinela da Gestao de sistemas educacionais”. REICE, Madrid, España.
- m) Barnes, S. (2002). Sistema de Gestión del Conocimiento. Thompson. USA
- n) Gallego, S. (2004). Conocimiento y Gestión: La Gestión del Conocimiento para la mejora de las personas y las organizaciones. Pearson, USA
- o) Grovi, D. (2004). Sociedad de la Información y el conocimiento. La Crujia, España
- p) Martínez, Catalina y otros, (2005). El modelo de excelencia del EFQM y su aplicación para la mejora de la calidad de los centros educativos. Educación XII, número 008. España.
- q) Pareja, José Antonio y otros, (2006). “Una clave para la calidad en la institución educative: los planes de mejora”. Educación y educadores, año/Vol. 9, número 002, Colombia.
- r) Pérez Justes, Ramón, (2005). “Calidad de la Educación, Calidad en la Educación, hacia su necesaria integración”. Ed8uación XXI, España.
- s) Santiago Cueto.(2006). “Desarrollo de políticas educativas basadas en uso de evidencias y uso de información empírica por tomadores de decisiones”. Revista electrónica Iberoamericana sobre calidad, eficacia y cambio en la educación (REICE), Madrid, España.
- t) Sergio Garay O., Mario Uribe B. (2006). “Dirección escolar como factor de eficacia y cambio: situación de la Dirección escolar en Chile”. REICE, Madrid, España.
- u) Soto (2006). Gestión y conocimiento en organizaciones que aprenden. Thompson, USA
- v) Stephen Miller. (2005). “Continuous Improvement in Public Schools Through ISO9001:2000”. American Society of Quality, USA.
- w) Tissen, R. (2000). El valor del conocimiento: para aumentar el rendimiento en las empresas. Prentice may, USA

DESARROLLO DE UN PROGRAMA DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA PARA INCREMENTAR EL CRECIMIENTO DEL CAPITAL HUMANO EN LAS ORGANIZACIONES DEL VALLE DE TOLUCA.

Dr. en C. Ed. Eva Martha Chaparro Salinas bebachaparro@yahoo.com.mx
Universidad Autónoma del Estado de México
Dr. en C. Ed. Julio Alvarez Botello julioalvarezbotello@yahoo.com
Universidad autónoma del Estado de México
Dr. en C.S. Juan Alberto Ruíz Tapia jart2005@gmail.com
Universidad Autónoma del Estado de México

RESUMEN:

Las instituciones de educación superior como parte de sus funciones sustantivas se encuentra la de Extender el conocimiento entre la población mediante actividades como la educación para adultos, el asesoramiento especializado y el desarrollo de proyectos productivos, todo esto coadyuvando a la mejora continua de las organizaciones y de la sociedad en lo general.

El entorno donde se propone dicha investigación se dará en el marco de las organizaciones del Valle de Toluca como muestra de la realidad que prevalece en impactar para apoyar el desarrollo del capital humano.

La propuesta es la de realizar un modelo de extensión universitaria que como función sustantiva de las Universidades y desde la perspectiva de la Universidad Pública se respalde el crecimiento y el desarrollo del capital humano en estas organizaciones.

Para poder identificar las necesidades del capital humano de las organizaciones del Valle de Toluca se realiza un levantamiento de información basado en una encuesta que se realiza basándonos en el estudio de las variables que pueden describir el capital humano y el nivel de madurez que este tiene, esto basándonos en estudios previos que se han realizado tanto en Argentina (Fritzsche:2000), como en Venezuela (García Lobo:2004) y Colombia (Castañeda:2004), en base a lo anterior se definió como variables relevantes como lo son la satisfacción, la comunicación, el clima socio-laboral, la motivación, el sentido de pertenencia e implicación, la capacidad de innovación, el liderazgo, las competencias profesionales y el trabajo en equipo.

PALABRAS CLAVE: Extensión Universitaria, Capital Humano, Gestión del Conocimiento.

ABSTRACT:

The institutions of higher education as part of their substantive functions is to extend the knowledge among the population through activities such as adult education, expertise and the development of productive projects, this contributing to the continuous improvement of organizations and society in general. The environment where such research is proposed will be within the framework of the organizations of the Valle de Toluca as a demonstration of the reality prevailing in impact to support the development of human capital. The proposal

is the make a model of University extension as a substantive function of the universities and from the perspective of the public University support the growth and development of human capital in these organizations.

To identify the needs of the human capital of the organizations of the Valley of Toluca is an uprising of information based on a survey carried out on the basis of the study of the variables that can describe the human capital and the level of maturity that it has, this based on previous studies that have been made both in Argentina (Fritzsche:2000)as in Venezuela (García Wolf: 2004) and Colombia (castañeda:2004), on the basis of the above defined as relevant variables such as satisfaction, communication, the socio-labour climate, motivation, the sense of belonging and involvement, the capacity of innovation, leadership, professional skills and teamwork.

Keywords: University extension, Human Capital, knowledge management.

INTRODUCCIÓN:

Este proyecto de investigación introduce una temática alrededor del capital humano y en las organizaciones y como es que las Universidades pueden apoyar el desarrollo de dicho capital, es también conocido que el adelanto tecnológico trae además de muchos beneficios en términos de productividad y calidad, uno negativo que es la sustitución de las actividades operativas que tradicionalmente realizaba el ser humano. En este sentido es que veo una oportunidad para incrementar el potencial del ser humano en las organizaciones y no tenga que competir con las máquinas sino que más bien sea un elemento indispensables para que estas puedan ser de utilidad (las máquinas), así es que por esta razón se propone el concepto de capital humano e intelectual, como los teóricos lo refieren, y con esto lograr desarrollar organizaciones que basen su crecimiento en el conocimiento y no solo en la producción y la eficiencia en costos e ingresos.

Objetivo general:

Desarrollar un programa de extensión universitaria que permita incrementar el crecimiento del Capital Humano en las Organizaciones del Valle de Toluca.

Objetivos específicos

Identificar los fundamentos teóricos para el crecimiento del capital humano

Determinar las teorías actuales que aportan al capital humano

Diagnosticar el comportamiento en la actualidad del desarrollo del capital humano en la sociedad empresarial en el valle de Toluca

Diseñar el programa de extensión universitaria para desarrollar el capital humano en el Valle de Toluca.

1. SUSTENTACIÓN TEÓRICA Y EPISTEMOLÓGICA DEL ENFOQUE:

El sustento teórico y epistemológico de esta investigación estará basado en el paradigma cualitativo bajo el enfoque de Investigación-acción (Briones, 2006), esto debido a que el enfoque bajo el cual se abordará la problemática es en base al estudio de un sistema de actividad humana cuyo objetivo es el de preparar el capital humano (Bueno, 1999) para desempeñarse eficientemente en las organizaciones apoyado desde un programa desarrollado por una Institución de educación Superior, la línea de investigación versará en la Administración de la Educación, y se basará en las teorías de la Educación, el Capital Humano y la Gestión de recursos humanos los cuales serán abordados suficientemente en este capítulo.

1.1 Educación Superior como apoyo a sectores productivos

La extensión universitaria es una de las razones de ser de la vida institucional de una Institución de Educación Superior. En este sentido se hace importante clarificar el sentido y significado de esta función sustantiva de las propias universidades y que por la falta de visión de actores preocupados por la enseñanza de las profesiones y estudios de posgrado que se imparten dentro de la institución, o tal vez la preocupación actual de crecer en temas relacionados con la investigación, la función de extensión se pierde en procesos de gestión vanos y poco productivos en términos de resultado universitario.

De acuerdo a la Universidad de Carabombo, Venezuela que dentro de su revista electrónica indica lo siguiente acerca de esta función:

“...un concepto de “extensión universitaria” debe partir del hecho deontológico, ontológico y axiológico que incita su sentido, se formaliza en su parecer y compromete su hacer” (Frontera, 17/02/2009: Boletín digital universitario, Universidad de Carabobo, Venezuela).-

De lo anteriormente expuesto podemos vislumbrar la necesidad que existe en definir esta función con todo detalle.

La función de Extensión tiene relevancia desde el sentido del bienestar de la sociedad de la cual ejerce y se debe una universidad, es una obligación ética y moral de una Institución de Estudios Superiores el desarrollar

“actividades encaminadas a trasladar el conocimiento científico y las técnicas que de él nazcan como un mecanismo que propicie bienestar social a las entidades de las que está formada la sociedad”.

Es sin embargo de muy alta preocupación que a pesar del deseo que tienen las Universidades de acercarse y colaborar con los sectores productivos de la sociedad los resultados sean tan pobres y mal canalizados. De acuerdo a Campos, G. y Sánchez Daza, G. (2005) nos muestran la anterior aceveración, al menos como una verdad para América Latina:

“ El fracaso de la vinculación de la educación superior no es un problema exclusivo de México, el mismo proceso o el mismo comportamiento se encuentra al menos en

los países de América Latina. Aquí se presentan algunos de los resultados detectados en varias regiones por dos estudiosos del tema, Arocena y Sutz (2001):

En Brasil, 8.3% de las empresas encuestadas declararon que la vinculación con la universidad fue importante para el desarrollo y logro de innovaciones; sin embargo, las universidades son la opción menos mencionada como origen de ideas para la innovación [...] por otro lado, en México, los acuerdos de cooperación para proyectos innovadores solo alcanzaron el 6% de las empresas encuestadas[...] A su vez, en Venezuela, las vinculaciones con universidades son 3.5%...mientras en Chile, 25% de las empresas declara haber realizado contratos con universidades; de éstas las que declaran intensidad media o alta en la firma de contratos con universidades alcanzan 3.7% del total (Arocena y Sutz, 2001).

En este mismo estudio, los autores señalan que en Argentina, las universidades fueron mencionadas como propiciadoras de ideas para la innovación por poco más de 4% de las empresas de la muestra y, en Uruguay, la asesoría contratada a organismos públicos de carácter tecnológico alcanzaba en 1987 a 27.2% de los establecimientos, correspondiendo a la Universidad de la República 10% del total (ibid)'' Campos, G. y Sánchez Daza, G. (2005)

La discusión que sobre la actividad de Extensión y la vinculación que esta ejerce sobre el entorno social de impacto de la universidad existen una serie de teóricos referencias en el material de Campos, G. y Sánchez Daza, G. (2005) el cual reproduzco como elementos complementarios que no permiten profundizar en la problemática que desarrollo en esta sección:

Debido a la creciente convergencia entre investigación científica y el desarrollo tecnológico, una de las funciones de las universidades, la de producir conocimiento, tiene que tomar significados también nuevos (...) En realidad se requiere de un esfuerzo que incluya acciones gubernamentales, de agentes y actores de los sectores productivos y del llamado sistema de ciencia y tecnología. Aunque el mismo proceso de vinculación es deseable, no es fácil de definir ni de implantar (Corona, 1994, p. 123).

Otras diferencias, más bien de tipo conceptual, son las siguientes posiciones diferenciadas:

Quienes consideran que la vinculación tiene un contenido básicamente económico.

Quienes consideran que la vinculación se resuelve exclusivamente mediante un acercamiento físico con la sociedad (visión fiscalista, que también está fuertemente asociada a una visión asistencial).

Quienes consideran que la vinculación es una nueva función sustantiva de las universidades.'' Campos, G. y Sánchez Daza, G. (2005)

Para fines de esta investigación y en virtud de introducirnos lo antes posible en la discusión central de esta investigación me permitiré posicionarme en el punto de vista desde el cual

se desarrollará este trabajo, la postura de la extensión universitaria y la vinculación que como resultado genera la percibiremos como una “Función Sustantiva de las Universidades”.

1.2 El Capital Humano y las organizaciones

A continuación se describirá el concepto de Capital Humano desde la perspectiva de las teorías tanto económicas como de la educación.

Este término fue esbozado a mediados del siglo pasado a partir del estudio sociológico realizado por Theodore Schultz y Gary Becker. De acuerdo con el trabajo de estos autores y otros estudios posteriores, gran parte del crecimiento económico de las sociedades occidentales podía explicarse si se introducía una variable llamada capital humano, correlacionada con el nivel de formación especializada que tenían los agentes económicos o individuos de una sociedad.

Gary becker es uno de los principales precursores del concepto de capital humano y debido a lo importante de sus documentos ha servido de base para las principales aportaciones posteriores a él, siempre basado en sus conceptos y discusiones científicas.

Este economista norteamericano fue premiado con el Nobel por trabajar con el concepto de Capital humano. Becker comenzó a estudiar las sociedades del conocimiento y concluyó con su estudio que su mayor tesoro era el capital humano que estas poseían, esto es, el conocimiento y las habilidades que forman parte de las personas, su salud y la calidad de sus hábitos de trabajo, además logra definir al capital humano como importante para la productividad de las economías modernas ya que esta productividad se basa en la creación, difusión y utilización del saber. El conocimiento se crea en las empresas, los laboratorios y las universidades; se difunde por medio de las familias, los centros de educación y los puestos de trabajo y es utilizado para producir bienes y servicios. Si bien antes se consideraba que la prioridad era el desarrollo económico y que luego vendría todo lo demás- educación, vivienda y salud- hoy es completamente diferente ya que la vinculación entre educación y progreso económico es esencial.

2. Construcción del objeto de estudio

Extensión Universitaria en la UAEMéx

Antecedentes:

Existen datos de acciones de Vinculación con la sociedad mediante la suscripción de convenios desde la década de los 70's pero no es sino hasta 1990 que surge la Vinculación Universitaria de manera formal en la UAEM. En el mes de junio de 1992 se crea la Dirección de Vinculación Universitaria y a partir de 1993, forma parte de la Dirección General de Extensión y Vinculación Universitaria.

Objetivos estratégicos:

1. Fortalecer las relaciones de colaboración con organismos e instituciones de los sectores público, privado y social, a través de la formalización de convenios institucionales, que

permitan reposicionar a la UAEM consolidando la venta de sus servicios y la obtención de recursos alternos.

2. Optimizar los mecanismos de vinculación de la Institución y sus miembros la sociedad, asegurando la integración y desarrollo del talento humano.

3. Fomentar la vinculación a través de la oferta, promoción y gestión de los servicios y productos que la UAEM genera, asesorando a la comunidad universitaria para la negociación y comercialización de sus servicios y productos, desarrollando el marco jurídico y administrativo que permita la convivencia armónica de los intereses de las partes involucradas.

4. Fomentar el desarrollo de una cultura emprendedora y empresarial entre la comunidad universitaria, a fin de facilitar su incorporación en el sector productivo.

5. Apoyar a la comunidad universitaria y sociedad en general, asesorando a emprendedores en la creación de empresas y a empresarios en la mejora y consolidación de las ya existentes, proporcionándoles herramientas que les permitan insertarse en mercados regionales, nacionales e internacionales.

3. El diagnóstico como método de trabajo

3.1 Referentes teóricos del diagnóstico

Se realizará un levantamiento por medio de un instrumento diseñado de manera original por lo que se realizarán pilotos para corroborar su adecuado entendimiento, así también se entrevistarán personal que labore en el Valle de Toluca en diferentes tipos de organizaciones, la escala que será utilizada será de Lickert.

3.2 Objetivos del diagnóstico

Identificar el grado de incorporación del concepto de capital humano en las organizaciones y las ventajas percibidas desde el punto de vista de los patrones y de los empleados, así como probar el instrumento para esta detección.

3.3 Supuestos del diagnóstico

El capital humano es un factor de ventaja competitiva para las organizaciones dado que genera un nivel de satisfacción en el trabajo, así como un cambio en la forma de desarrollar la tarea promoviendo el empowerment entre el personal, una preocupación por la capacitación y la seguridad de los trabajadores, así como una disminución de los niveles de rotación de personal.

3.4 Dimensión del diagnóstico

El estudio se suscribe a las empresas y el personal de dichas organizaciones ubicadas en el Valle de Toluca, no importando su giro ni tamaño.

3.5 Selección de técnicas e instrumentos

Se desarrollará un instrumento que será manejado como una encuesta.

Así también se realizarán entrevistas tanto con empleadores como empleados.

3.6 Procedimiento metodológico

Se utilizarán los pasos marcados por la metodología de diagnóstico de ambiente de trabajo y cultura organizacional, debido a la similitud para encontrar información referencial, con esto se procederá a realizar una propuesta metodológica para realizar estos estudios de una manera más precisa y objetiva.

3.7 Resultados

Se aplicaron 199 instrumentos en los municipios de Toluca, Metepec, Lerma, Ocoyoacac, Zinacantepec y Santiago tianguistenco.

3.8 Conclusiones del estudio:

- La mayoría de las organizaciones entrevistadas conocen sobre alguna actividad de extensión universitaria (95%).
- Los servicios más mencionados son Diplomados (90%), incubación de negocios (15%), cursos de capacitación (10%).
- Los servicios poco mencionados son (en todos los casos menor al 5% de menciones): desarrollo de proyectos, asesoramiento, servicios especializados por laboratorios, servicios especializados por centros de investigación.
- Sólo 12% mencionó haber tenido un acercamiento con la UAEM para solicitar algún servicio de extensión y 5% utilizó los servicios.
- El 93% manifestó haber quedado satisfecho con el servicio recibido.

4. Modelo de extensión universitaria

4.1 Ejecución del programa

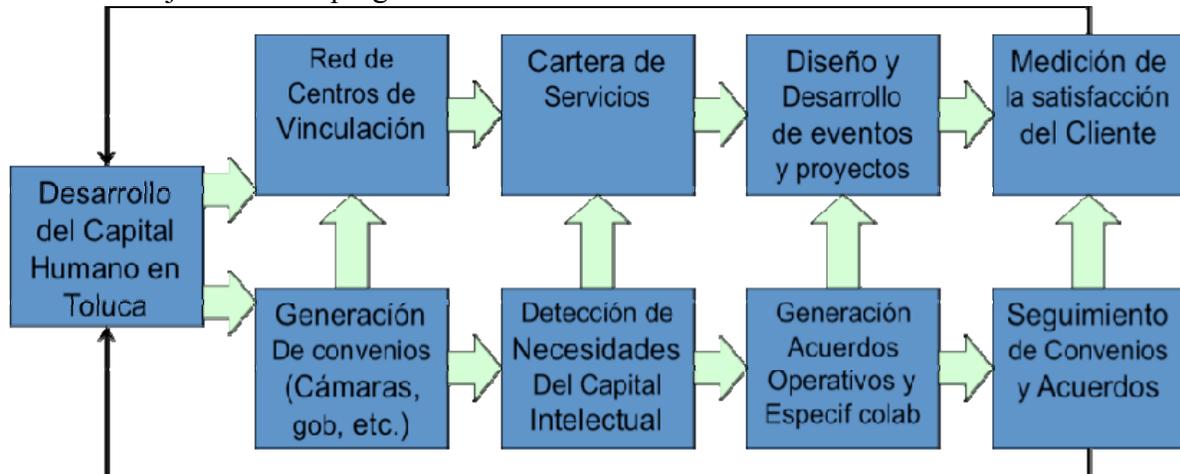


Figura 1: Modelo de Extensión Universitaria (Desarrollo del autor, 2007)

A continuación se explica brevemente la lógica del modelo y sus componentes:

El modelo persigue desarrollar una Gestión del proceso de Extensión universitaria que permita la eficiencia de esta función sustantiva, mejorar el posicionamiento respecto de las organizaciones que soliciten estos servicios y lograr impactar un volumen de proyectos que hoy están siendo atendidos por el sector privado (asesores, despachos de capacitación, etc.) donde la Universidad tiene amplias ventajas competitivas en cuanto a su capital humano pero no así un esquema adecuado de mercadeo de estos servicios.

Generación de convenios:

Este mecanismo será el resuelto acercamiento de la IES a las instancias tanto gubernamentales, como del sector privado productivos, del sector social y artístico para mostrar los servicios y la posibilidad de converger en algunas actividades que puedan ser desarrolladas por la IES para esa organización, tales como eventos de capacitación y adiestramiento, asesoramiento y/o consultoría, realización de proyectos específicos para

desarrollo de productos o servicios, infraestructura, desarrollo de procesos, software y otros que dentro de los laboratorios y centros de investigación puedan ser desarrollados por la IES. Una vez en acuerdo con los servicios y las condiciones se firmarán los convenios generales de colaboración.

Red de Centros de Vinculación:

Para dar soporte a la actividad anterior debiera existir toda una red de centros de vinculación que permita dar soporte a los servicios dentro del ámbito de impacto de la IES, formalizar y estandarizar los procesos de generación de los diferentes servicios será elemento clave de éxito para lograr impactar los sectores sociales, gubernamentales y productivos que sean planteados.

Detección de necesidades del capital humano:

Con ambos antecedentes se podrá identificar las necesidades específicas mediante instrumentos que en cada caso deberán desarrollarse en consecuencia de la actividad a realizar, utilizando normalmente la entrevista y ocasionalmente encuestas para esta detección.

Cartera de servicios:

En función de las necesidades que se van a ir acumulando en el tiempo irán incorporando a la cartera de servicios los nuevos diseños de cursos, asesoramientos y tipos de proyectos que sean atendidos por primera ocasión, para entonces incorporarlos a la difusión de los servicios que se pueden proporcionar. En este punto se termina desarrollando una cotización de servicios de vinculación para ser presentada al posible cliente.

Generación de acuerdos específicos de colaboración:

Si es aceptada la cotización se procederá a formalizar el servicio de vinculación mediante los elementos legales que procedan en cada caso (para la UAEM acuerdos específicos de colaboración).

Diseño y desarrollo de eventos y proyectos:

El desarrollo de cursos desde su concepción plasmada en un manual, la preparación de los diferentes eventos, la concertación de citas para asesoramiento y la generación de los planes de trabajo y la ejecución de proyectos son algunas de las actividades que deberán ser administradas para un buen servicio y la satisfacción del cliente a atender.

Seguimiento de convenios y acuerdos:

La IES deberá tener un proceso eficiente de seguimiento de los convenios y los acuerdos operativos que permitan asegurar el buen funcionamiento del proceso de vinculación.

Medición de la satisfacción del cliente:

La medición continua de estos procesos y de cada servicio permitirá no solamente conocer la percepción de los usuarios de los servicios de la IES, sino por sobre todo el poder generar acciones de mejora para incrementar y mejorar el proceso interno y otorgar en el futuro mejores servicios.

4.2 Propuesta para la Administración Escolar de una IES

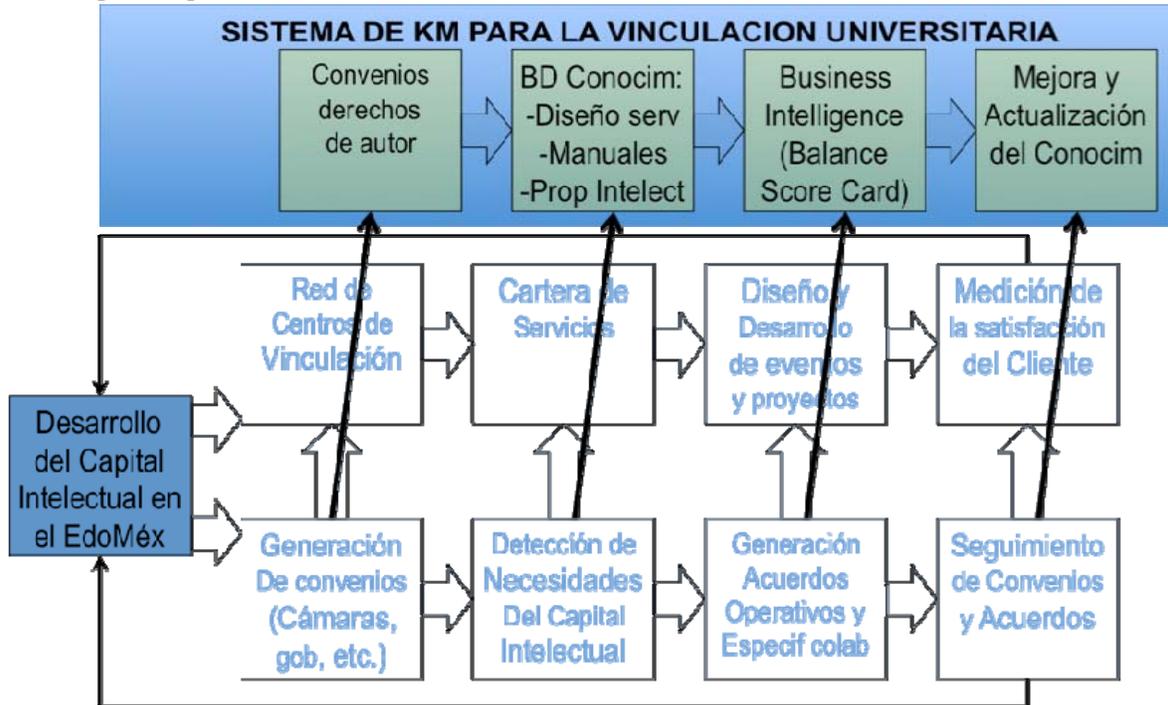


figura 2: KM en el modelo de Extensión (Desarrollo de los autores)

Este modelo permitirá que todo el conocimiento generado por instructores, asesores y grupos de proyectos pueda ser gestionado y permita que cada vez se tenga un acervo mayor de servicios, experiencias de asesoramiento y de proyectos específicos, para este fin se puede aplicar TIC's que permitan esto.

Conclusiones:

Al momento que se presenta esta investigación se ha implementado en una Facultad el proyecto, la Facultad de Contaduría y Administración, la cual se tomó como prototipo obteniéndose a este momento los siguientes resultados:

Servicios de Extensión Universitaria de la FCA	2006	2007	2008
Diplomados	6	23	28
Cursos (horas curso)	140	2,600	10,428
Incubación de empresas	0	31	69
Contratos (convenios de Extensión vigentes)	2	10	23

El proyecto inició su implementación en enero del 2007 pero hasta mayo de ese año se pudo instrumentar con los primeros clientes de estos servicios.

Se puede ver un crecimiento de servicios muy amplio y sostenido, al momento los resultados en cuanto a la satisfacción de los clientes nos permiten mostrar la recurrencia de servicios por clientes anteriores, es la principal razón del crecimiento de contratos del 2007 (10) al 2008 (23), así como la cantidad de servicios que solicitaron por cada contrato.

La presente investigación se cerró en Julio del 2009 para dar continuidad a la misma ya desde la Gestión escolar y se inició una segunda etapa para incorporar este modelo a toda la Universidad Autónoma del Estado de México ampliando la cobertura al Estado de México e impactando directamente las formas e trabajo de 39 espacios académicos distribuidos en el Estado.

Bibliografía

1. José German Altuve. (2002), “Capital Intelectual y Generación de valor”.- Actualidad contable Faces. Universidad de los Andes, Merida, Venezuela.
2. Pedro Flores Leal.- “Capital Intelectual: Conceptos y Herramientas”.-Centro de Sistemas de Conocimiento, Tecnológico de Monterrey, México.
3. Carmen Añez H.(2005). “Capital Intelectual: Nuevo Enfoque de la Flexibilización Laboral”.- Revista Venezolana de Gerencia. Maracaibo, Venezuela.
4. Alfonso Vargas Sánchez.(2002) “ De la participación a la gestión del conocimiento y del capital intelectual: Reflexiones entorno a la empresa cooperativa”.- Revista de economía publica, social y cooperativa, Valencia, España.
5. Ligia Becerra y otros.(2005) “La Formación del Contador publico como fuente de capital humano”.- Revista venezolana de gerencia, Maracaibo, Venezuela.
6. Freddy Marín González.(2001) “El Capital Intelectual como activo organizacional”.- Espacio Abierto Revista, volumen 10, número 3, Maracaibo Venezuela.
7. Lucas, Robert (1988): "On the Mechanics of Development Planning", Journal of Monetary Economics, 22, 1 (julio), pp. 3-42.
8. Sala-i-Martin, Xavier (2000): Apuntes de crecimiento económico, Antoni Bosch editor, Barcelona, ISBN 84-85855-92-2.
9. Uzawa, Hirofumi (1965): "Optimal Technical Change in Aggregative Model of Economic Growth", International Economic Review, 6 (enero), p. 18-31
10. Campos, G. y Sánchez Daza, G. (2005). La vinculación universitaria: Ese oscuro objeto del deseo. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 7 (2). Consultado el 20 de Febr de 2009 en: <http://redie.uabc.mx/vol7no2/contenido-campos.html>

Este libro electrónico se terminó el
27 de Agosto del 2012
En la Editorial Morevalladolid
(607-424).
Con un tiraje de:
100 Unidades