



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”





UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México

Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI

REBECA TEJA GUTIÉRREZ/ ADRIAN TRUEBA ESPINOSA/ BLANCA ESTELA HERNÁNDEZ BONILLA/
VERÓNICA RAMÍREZ CORTÉS/ LAURA CECILIA MÉNDEZ GUEVARA
COMPILADORES

ISBN 978-607-422-808-3





UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México



ENCA 2016



Presentación

El siglo XXI implica retos en diversos sectores a nivel mundial, sin exceptuar el caso de México, el empresarial, es un factor importante de desarrollo en el ámbito de la educación y la investigación, tomando relevancia temáticas como el capital humano, organización empresarial, procesos contables y productivos, innovación, tecnología, responsabilidad social, entre otras áreas.

Es necesario reflexionar y compartir las experiencias en el ámbito de la investigación sobre los estudios empresariales, desde la integración, organización, y monitoreo en el contexto de la competitividad y desarrollo empresarial. Los estudios en esta temática sirven de guía para impulsar estrategias en un entorno globalizado con relación a la estructura, estrategia y resultados.

Por lo anterior, el propósito del libro *Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI* es compartir resultados de investigación teórica y experiencias empresariales desde diferentes perspectivas y metodologías en diversos espacios de análisis. Está integrado en ocho ejes temáticos: Administración contable y financiera en las organizaciones; Capital humano en las organizaciones; El emprendedor y su prospectiva empresarial; Cadena de valor y la vinculación entre las organizaciones; la innovación y la tecnología en el siglo XXI; Responsabilidad social en la sustentabilidad; Educación y nuevas perspectivas empresariales; Competitividad en las organizaciones y las políticas para la globalización.

Derivado de los resultados, se identifican innovadoras propuestas de solución a los diferentes problemas analizados avanzando en la frontera del conocimiento sobre los estudios empresariales en México sumando experiencias de investigadores argentinos.

Éste libro es el reflejo de un trabajo conjunto por cinco años consecutivos de investigadores, académicos, empresarios y estudiantes con el propósito de conformar la Red Nacional de Estudios Empresariales; ésta edición forma parte del compromiso y esfuerzo para cumplirlo.

El contenido de los trabajos es responsabilidad exclusiva de sus autores. Se concede permiso para copiar partes de esta publicación para su uso personal o académico, siempre y cuando se dé crédito a los autores de los trabajos, y a la publicación misma. Cualquier otro tipo de reproducción parcial o total queda prohibida sin el permiso expreso de los autores.

Responsibilities to content of all statements in each paper, rest solely with the authors. Permission is granted to copy portions of the publication for personal use and for the use of the students providing credit is given to the authors, and publication. Any other type of reproduction needs explicit permission of the authors.

Primera edición 2016

D.R. © UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

Instituto Literario No. 100, C.P. 50000, Col. Centro

Toluca, Estado de México

Teléfono 01 (722) 226 2300

<http://www.uaemex.mx>

Editores

Rebeca Teja Gutiérrez/ Adrian Trueba Espinosa/ Blanca Estela Hernández Bonilla/

Verónica Ramírez Cortés/ Laura Cecilia Méndez Guevara

Diseño de imagen

Jaime López Ceja

Guillermo Sánchez Mondragón

Esta obra fue realizada en octubre de 2016

Cada ejemplar consta de 527 páginas

HECHO EN MÉXICO / MADE IN MEXICO

ISBN: 978-607-422-808-3



DIRECTORIO
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

Dr. en D. Jorge Olvera García
Rector

Dr. en Ed. Alfredo Barrera Baca
Secretario de Docencia

Dra. en Est. Lat. Ángeles Ma. del Rosario Pérez Bernal
Secretaria de Investigación

CENTRO UNIVERSITARIO UAEM VALLE DE TEOTIHUACÁN

M. en D. Andrés Jaime González
Director

Dra. en C. A. Blanca Estela Hernández Bonilla
M. en E.R. Verónica Ramírez Cortés
M. en C. C. Laura Cecilia Méndez Guevara
Coordinadoras

Comité organizador

| | |
|---------------------------------------|---|
| UAEM - Valle de Teotihuacán (SEDE) | Dra. Blanca Estela Hernández Bonilla |
| | Mtra. Verónica Ramírez Cortés |
| | Mtra. Laura Cecilia Méndez Guevara |
| | Mtra. Sedy Janet Sandoval Trujillo |
| | Lic. Lizbeth Sandoval Juárez |
| | Lic. Cecilia Bibiana Ramírez Waldo |
| | Lic. Roberto Carlos Martínez Martínez |
| TESCO | Dr. Jorge Feregrino Feregrino |
| | Dr. Rogel Fernando Retes Mantilla |
| | Mtra. Gisela Janeth Espinosa Martínez |
| | Mtra. Verónica Velázquez Romero |
| | Mtra. Socorro Fragoso Cruz |
| | Mtro. Noé Chávez Hernández |
| | Mtra. María Teresa Lugardo Bravo |
| | Mtro. Samuel Garrido Roldán |
| Mtro. Oscar Humberto Oliva Chávez | |
| Lic. Isabel Mohedano Sanchéz | |
| UAEH - Cd. Sahagún | Dra. Suly Sedy Pérez Castañeda |
| | Dra. Dorie Cruz Ramírez |
| | Dra. Beatriz Sauza Ávila |
| | Dr. Luis Arturo Peralta Espinosa |
| | Dra. Yolanda Juárez López |
| | Dra. Francisca Santana Robles |
| | Mtro. Emilio Alejandro Rivera Landero |
| Mtro. Víctor Manuel Piedra Mayorga | |
| ITESA | Mtro. Patricio Ávila Rojas |
| | Mtra. Patricia Guadalupe Espino Guevara |
| | Mtro. Enrique Moreno Vargas |
| | Mtra. María Teresa Sarabia Alonso |
| | Mtro. Gabriel Maldonado Gómez |
| Mtra. Sandy Yanet Ruiz Meneses | |
| UAEM - Texcoco | Dra. Rebeca Teja Gutiérrez |
| | Dr. Adrián Trueba Espinosa |
| | Dra. Nidia López Lira |
| | Dra. Rosa María Rodríguez Aguilar |
| | Mtro. José Sergio Ruiz Castilla |
| Mtro. Juan Carlos Moreno Sánchez | |

| | |
|------|--|
| UTSH | <p>Mtra. María Martina Olvera Hidalgo Mtra. Ma. Magdalena Pacheco Rivera Mtra. Carolina Escudero Rodríguez Mtro. Eduardo Piña Moedano Lic. Crescencio Jiménez Cuellar Lic. Rigoberto Pacheco Castillo</p> |
| UTTT | <p>Mtra. Lourdes Gabriela Quiroz Salas Mtra. María Magdalena García Bravo</p> |

Comité dictaminador

| | |
|-----------------------------|---|
| UAEM - Valle de Teotihuacán | <p>Dra. Blanca Estela Hernández Bonilla Mtra. Verónica Ramírez Cortés Mtra. Laura Cecilia Méndez Guevara</p> |
| TESCO | <p>Dr. Jorge Feregrino Feregrino Dr. Rogel Fernando Retes Mantilla Mtra. Gisela Janeth Espinosa Martínez Mtra. Verónica Velázquez Romero Mtra. Socorro Fragoso Cruz Mtro. Noé Chávez Hernández Mtra. María Teresa Lugardo Bravo Mtro. Samuel Garrido Roldán Mtro. Oscar Humberto Oliva Chávez</p> |
| UAEH - Cd. Sahagún | <p>Dra. Suly Sendy Pérez Castañeda Dra. Dorie Cruz Ramírez Dra. Yolanda Juárez Dra. Beatriz Sauza Ávila Dra. Francisca Santana Robles</p> |
| UAEM - Texcoco | <p>Dra. Rebeca Teja Gutiérrez Dr. Adrián Trueba Espinosa</p> |
| UTTT | <p>Mtra. Lourdes Gabriela Quiroz Salas Mtra. María Magdalena García Bravo</p> |



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Contenido

| | Página |
|---|-----------|
| Presentación | |
| Área temática 1 | 5 |
| ADMINISTRACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA EN LAS ORGANIZACIONES | 5 |
| Implicaciones del outsourcing para las microempresas manufactureras de Nopaltepec, Estado de México..... | 6 |
| La educación financiera en personas físicas de Cd. Sahagún..... | 17 |
| Educación financiera en el sector turístico hidalguense..... | 26 |
| Crítica al análisis financiero de la estructura y costo de capital promedio ponderado de las empresas que cotizan en el mercado de valores | 37 |
| Estructura organizacional en las pequeñas y medianas empresas..... | 43 |
| Los microempresarios en la inclusión financiera en México | 55 |
| Indicadores financieros para demostrar la rentabilidad de proyectos nuevos | 67 |
| Área temática 2..... | 73 |
| CAPITAL HUMANO EN LAS ORGANIZACIONES..... | 73 |
| jefatura de una universidad pública | 75 |
| La cultura organizacional y su impacto en las MYPIMES ubicadas en el municipio de Tepeapulco, Hidalgo | 83 |
| Propuesta para reducir la rotación de personal en las organizaciones mexicanas. | 104 |
| Estudio del mercado laboral con una visión prospectiva para el Profesional Técnico de Nivel Superior (PTNS), mediante el uso de una Matriz de Impacto Cruzado (MIC), en la región IV en el estado de Hidalgo, México..... | 119 |
| Difusión de los valores de la institución (SAT)..... | 128 |
| La realidad comunicacional en las Pymes de la Industria Metalmeccánica del Estado de Hidalgo y su influencia en el Clima Organizacional..... | 134 |
| La percepción de la calidad de vida laboral desde la perspectiva de género..... | 146 |
| Gestión del talento humano para dirigir personal efectivo..... | 154 |
| Ingeniería emocional: El impacto en investigaciones de las emociones individuales | 173 |



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

| | |
|--|------------|
| Afectaciones a los trabajadores por la falta de incorporación al IMSS en el..... | 182 |
| Área temática 3 | 188 |
| EL EMPRENDEDOR Y SU PROSPECTIVA EMPRESARIA | 188 |
| Prácticas mercadológicas en las MiPyMes establecidas en el Pueblo Mágico de Cuetzalan del Progreso..... | 189 |
| La importancia de conocer un plan de negocios en los Universitarios y aplicarlo a un negocio propio..... | 201 |
| La importancia de las micro y pequeñas empresas en la competitividad | 205 |
| La Sucesión en las microempresas familiares de Acambay, México: Un estudio exploratorio | 216 |
| Los emprendedores sociales como agentes de cambio en la vida de grupos vulnerables. ... | 223 |
| “El Emprendedurismo en México” | 235 |
| Pertinencia y adecuación de los planes de estudio para el desarrollo de una cultura emprendedora en Energías Renovables..... | 245 |
| Área temática..... | 245 |
| emprendedora en Energías Renovables | 246 |
| Perfil y la participación de las mujeres empresarias de las MIPES de la Cd. de Chihuahua. ... | 254 |
| Empresas familiares: Breve revisión teórica | 265 |
| La Toma de Decisiones en las PyMES en México..... | 276 |
| Diseño experimental del software para emprendedores..... | 289 |
| Propuesta de implementación de comercio electrónico en el sector artesanal de la huasteca hidalguense..... | 293 |
| Huasteca Hidalguense..... | 294 |
| Factores de éxito de los programas para el emprendimiento de la Secretaría de | 302 |
| Desarrollo Social del Estado de Guanajuato | 302 |
| Área temática 4 | 313 |
| CADENA DE VALOR Y LA VINCULACIÓN ENTRE LAS ORGANIZACIONES..... | 313 |
| Encadenamientos productivos en México y sus efectos económicos | 314 |
| Área temática 5 | 321 |
| LA INNOVACIÓN Y LA TECNOLOGÍA EN EL SIGLO XXI..... | 321 |
| Sistema para el diseño de una alimentación DisAlim | 327 |



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

| | |
|--|------------|
| Sistema para disminuir el efecto de las heladas | 338 |
| Energía Cinética para Cargar Celulares | 346 |
| Análisis ABC: propuesta para el aumento de productividad en un CEDIS | 354 |
| Área temática 6 | 362 |
| RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA SUSTENTABILIDAD | 362 |
| Manejo responsable del consumo local de la carne de venado cola blanca texano en la región Noreste de México..... | 364 |
| Al fin y al cabo el agua no es importante..... | 379 |
| Estimación de Beneficios Económicos y Ambientales de un Programa de Detección de | 390 |
| Fugas de Gas Natural | 390 |
| Generación de estrategias para el desarrollo de la competitividad de las organizaciones.... | 398 |
| del sector agrícola en la región de Pénjamo, Guanajuato | 398 |
| Campaña institucional de recolección de pilas alcalinas mediante una estrategia de marketing electrónico en una IES. | 407 |
| Estudio de Factibilidad de un Modelo de Comercialización aplicado en la Industria agrícola del maguey en la región del Altiplano Hidalguense | 416 |
| Área temática 7 | 423 |
| Educación y nuevas perspectivas empresariales | 424 |
| Docente como fuentes de motivación en aulas de la Licenciatura en Administración | 425 |
| Impacto del establecimiento de una Maestría en la Universidad Politécnica de Francisco I. Madero. | 435 |
| “Estudio en la aplicación práctica de los dispositivos móviles en estudiantes de nivel superior”. | 445 |
| Hábitos de estudio y su relación con el éxito académico | 452 |
| El lenguaje y la redacción en el trabajo académico: su importancia para la publicación..... | 462 |
| en revistas científicas | 462 |
| La comunicación institucional y la responsabilidad social de la institución universitaria | 470 |
| El uso de la lengua extranjera (Inglés) en los negocios | 478 |
| Prácticas didácticas y satisfacción laboral docente una mirada a través de un diagnóstico del clima organizacional | 486 |
| Área temática 8 | 495 |



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

LA COMPETITIVIDAD EN LAS ORGANIZACIONES Y LAS POLÍTICAS PARA LA GLOBALIZACIÓN.... 495

Las mipymes de Argentina y México ante las condiciones y retos del mercado globalizado 496

El biocomercio un acercamiento teórico como alternativa para erradicar la pobreza 506



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Área temática 1

ADMINISTRACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA EN LAS ORGANIZACIONES



5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Implicaciones del outsourcing para las microempresas manufactureras de Nopaltepec, Estado de México

Capital humano en las organizaciones

Sendy Janet Sandoval Trujillo

Verónica Ramírez Cortés

Blanca Estela Hernández Bonilla

[Cuerpo Académico: Administración Contable-Financiera](#)

Universidad Autónoma del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

[Cel. 55 45 52 14 65, sjsandovalt@uaemex.mx](tel:5545521465)

[Cel. 79 11 00 23 00, behernandezb@uaemex.mx](tel:7911002300)

[Cel. 79 12 32 47 82, vramirez@uaemex.mx](tel:7912324782)



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Implicaciones del outsourcing para las microempresas manufactureras de Nopaltepec, Estado de México

Resumen: Este trabajo da a conocer las implicaciones que tendría el uso del outsourcing para las microempresas del municipio de Nopaltepec, Estado de México, como medida estratégica de administración de recursos financieros. Analiza los antecedentes del outsourcing, conceptos, aspectos legales, ventajas, desventajas y su impacto en el cumplimiento de las obligaciones patronales, destacando que cuando se ajusta a la ley Federal del Trabajo y la ley del Seguro Social brinda beneficios tanto para los patrones como para los trabajadores. Es una investigación de tipo mixto, cualitativa y cuantitativa, desarrollada a través de un estudio analítico efectuado en las microempresas del municipio de Nopaltepec Estado de México. Su importancia se destaca en el hecho de que cada microempresa es única y requiere una planeación fiscal estratégica que le ayude a crecer y subsistir bajo las condiciones económicas actuales.

Abstract: This paper discloses the implications that would have the use of outsourcing to Nopaltepec Township, State of Mexico micro enterprise. As a strategic measure of financial resource management, analyzes the history of outsourcing, concepts, legal aspects, advantages, disadvantages and their impact on compliance with the employer obligations, noticing that when it is highlighted to 'Ley Federal del Trabajo' and 'Ley del Seguro Social', these bring benefits for both employers and employees. It is a qualitative and quantitative research, developed through an analytical study in the municipality of micro Nopaltepec State of Mexico. Its importance is highlighted in the fact that each microenterprise is unique and requires a strategic tax planning that will help to grow and survive under current economic conditions.

Palabras claves: outsourcing, microempresarios, obligaciones laborales.

Introducción

De acuerdo a los censos económicos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) 2014, las microempresas en México representan el 94.3% de los comercios, las cuales según la Secretaria de Economía generan el 90% de empleos directos en el país, sin embargo, no están exentas de los factores externos como la crisis económica o los cambios climáticos, que pueden afectar o favorecer la generación de más fuentes de empleo.

Derivado de los problemas económicos que afrontan hoy día las microempresas buscan opciones para crecer, una de ellas es el outsourcing, el cual se identifica como una técnica financiera útil para hacer frente a la crisis económica actual, la cual permite liberar al microempresario de obligaciones laborales como: nómina, seguridad médica, prestaciones sociales, entre otras.

En el municipio de Nopaltepec Estado de México, ubicado en la región nororiente del estado, se identifica un reducido sector de microempresas manufactureras, la mayoría de estas suspenden actividades en su primer año de constitución derivado de la falta de recursos financieros suficientes para la inversión en materia prima y el pago de sueldos y salarios como consecuencia de una mala administración ¿Podrían implementar la contratación por

outsourcing como medida para solucionar los problemas financieros? ¿Cuáles serían los beneficios del uso del outsourcing para estas microempresas?

A través de este trabajo se analiza qué es el outsourcing, así como, cuáles son las ventajas y desventajas de que sea utilizado por las microempresas, muestra la conveniencia de hacer contratación del personal de manera externa, así como, los posibles efectos a futuro, los riesgos, el tipo de regulación legal que existe en México y por qué puede ser una opción para los problemas financieros que afrontan las microempresas.

La empresa que contrata el outsourcing se deslinda de llevar la parte administrativa con el empleado, la institución que subcontrata es responsable del pago correspondiente de las prestaciones al momento de pagar su trabajo realizado; a través de esta práctica se espera que las microempresas obtengan ventajas al reducir los costos de producción, mejorar la calidad y tener tiempo para otras actividades (Fressmann, 2005).

Las microempresas que deseen implementarlo deben considerar diferentes factores internos (insuficiencia de dinero, control de producción y sistema contable) y externos (contacto con el cliente, precios de competencia y localización) debido a que el objetivo será reducir costos en mano de obra. La subcontratación, como también se



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

conoce el outsourcing, les permitirá ser más eficientes y deslindarse de obligaciones tales como seguro médico, nomina, vacaciones y otras prestaciones que le corresponden al trabajador, así como, contrato laboral.

Por otra parte, se debe tomar en consideración las desventajas que puede traer este tipo de contratación, como puede ser la falta de lealtad y de identidad por parte del empleado a la empresa por considerar que no es parte de ella, ya que es enviado y contratado por alguien externo, esto puede dar como resultado que se pierda la confidencialidad al no generarse un contrato que obligue a ser discreto al trabajador.

En la sección dos se explican los antecedentes, el concepto y los estudios previos que existen respecto al outsourcing como medida estratégica de contratación, la sección tres describe cómo opera el outsourcing en México, la sección cuatro muestra las ventajas y desventajas de este tipo de contratación de personal, la sección cinco la situación económica actual de las microempresas de Nopaltepec, Estado de México y los problemas que enfrentan, la sección seis explica la metodología empleada, la séptima sección muestra los resultados, la octava discusiones respecto al tema y finalmente la novena sección contiene las conclusiones, así como, recomendaciones para futuros estudios.

Antecedentes y estudios previos del outsourcing

De acuerdo con Díaz (2002), el outsourcing es una práctica que data desde el inicio de la era moderna, particularmente después de la segunda guerra mundial. Durante esta época, las empresas trataron de concentrar la mayor cantidad posible de actividades para no depender de proveedores externos, sin embargo, con el desarrollo de la tecnología esta estrategia fue haciéndose obsoleta, pues nunca los departamentos de una empresa podían mantenerse tan actualizados y competitivos como lo hacían las agencias independientes especializadas en un área. Fue así como en los 70' se incrementaron las agencias consultoras y comenzaron a surgir las empresas que subcontrataban a través del outsourcing.

El outsourcing es un término que se comienza a utilizar por los años de 1980 para describir que se dejaban sus ocupaciones e información a otras empresas que realizaban la subcontratación. Una de las empresas que empezó a utilizar el outsourcing fue Eastman Kodak, siendo una de las veinte corporaciones industriales más grande de los Estados Unidos en los noventas, sus administradores cuestionaron ¿Por qué gastar en aquello que no es

fotografía? Esa reflexión los llevo a buscar la subcontratación de tecnología informática y centrar sus esfuerzos en su giro principal, la fotografía.

Otras de las grandes empresas que comenzaron a utilizar el outsourcing fueron House Agencies, Price Waterhouse, Arthur Andersen, entre otros, para desarrollar con terceros actividades menos relevantes como el servicio de intendencia.

Durante los años ochenta llega a México la llamada subcontratación, se trata de un proceso de reestructuración de las relaciones de producción y de las prácticas empresariales donde se externalizan los trabajos que no son parte de las actividades centrales, cediendo a terceros los procesos que antes eran realizados por personal contratado directamente por la empresa. Entre ellos están los servicios de limpieza, seguridad, cafetería y transporte. (Fressmann, 2005)

Díaz (2002) define el outsourcing como la técnica de subcontratación de servicios que busca agilizar y economizar los procesos productivos para el cumplimiento eficiente de los objetos sociales de las instituciones de modo que las empresas se centren en lo que les es propio.

Para Werther y Davis (2008) outsourcing se entiende como la transferencia de puestos y funciones de una localidad a otra. Una operación de outsourcing puede llevarse a cabo internamente dentro de la empresa, o externamente, dentro del país o a nivel internacional.

Fressmann (2005) establece que la subcontratación consiste en la entrega de actividades a terceros que no corresponden en forma directa al negocio, lo cual, trajo de forma inmediata resultados favorables en las empresas que lo aplicaban, obteniendo una mayor competitividad en mejorar sus procedimientos y utilizar nueva tecnología, logrando disminuir sus gastos con un menor esfuerzo.

De acuerdo con Espino y Padrón (2004) etimológicamente outsourcing es un término anglosajón compuesto por los vocablos out que significa fuera o exterior, y source que significa fuente, recurso u origen, lo cual da a entender que la fuente de empleo se origina del exterior, por lo cual se asocia con la tercerización y la subcontratación.

Por lo tanto, se puede entender por outsourcing la contratación de personal externo especializado para desempeñar funciones que requiere la empresa, también conocida por subcontratación.

Se encuentran diversos estudios sobre el outsourcing que incluyen conceptos, características, legalidad,



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

jurisprudencias, entre otros, sin embargo, pocos destacan como pueden aplicarlo las micro y pequeñas empresas, los estudios al respecto se encuentran en tesis de Maestría, como: Implementación de un Centro de Servicios Compartidos: Caso CST de Rocío Ramírez Arellano, Metodología para la implementación de outsourcing en la empresa promotora de vivienda en México de Carlos Alejandro Calleros Nevarez, Determinación de los factores críticos del éxito del outsourcing de sistemas de información en el área metropolitana de Monterrey de Karina Martina Uicab Luna, entre otras.

Reglamentación legal del outsourcing en México

En México el outsourcing está establecido en la ley Federal del Trabajo, en el artículo 15-A, indicando que debe cumplir ciertas condiciones, como: no puede abarcar la totalidad de las actividades, debe justificarse su carácter especializado y no puede comprender tareas similares a las que realizan otros trabajadores. Además, el artículo 15-B y 15-C establecen que debe celebrarse un contrato por escrito con la empresa que le preste los servicios, y que el patrón debe cerciorarse de que la subcontratante cumple con las obligaciones en materia de seguridad social y demás prestaciones. El patrón es responsable solidario de la subcontratante según lo establecido en el Artículo 15 fracción I de la misma ley.

Para efectos de la ley de seguridad social, se considera como outsourcing la sustitución patronal, la cual consiste en que el patrón es sustituido por otro en sus obligaciones jurídicas, esta situación no altera las condiciones de trabajo ya que el nuevo patrón responde por las obligaciones de los empleados. El patrón sustituido es solidariamente responsable con el nuevo de las obligaciones derivadas de la ley del seguro social, hasta por dos años después de que se dé al aviso de sustitución de patrón (López, 2014).

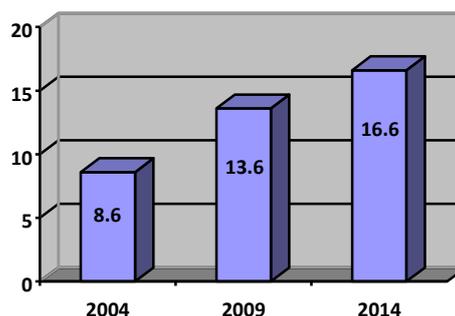
Los trabajadores son beneficiados de seguridad social siendo registrados ante el Instituto Mexicano del Seguro Social por la prestadora de servicios de outsourcing, quién deberá informar al Instituto el nombre del beneficiario de los servicios contratados.

De acuerdo a la ley del Impuesto Sobre la Renta los trabajadores tienen derecho a recibir subsidio al empleo, o bien, pagar el impuesto correspondiente en función a los ingresos percibidos, el patrón es quién está obligado a efectuar el cálculo y entregar la parte correspondiente de subsidio al empleo, o de lo contrario, retener y enterar el impuesto a cargo. En este sentido, cuando se presenta el outsourcing la empresa que brinda el servicio tiene que cumplir con las obligaciones fiscales respectivas.

Se identifican casos en los que los trabajadores no reciben ningún tipo de prestaciones por parte de sus patrones y tampoco se presenta la subcontratación, en estos casos, es importante destacar que el hecho de que no exista un contrato no exime al patrón de las obligaciones laborales, como en ocasiones se piensa, que por el hecho de que no existe contrato de trabajo no hay relación de trabajo, sin embargo, el hecho de que exista una subordinación es un elemento de la relación de trabajo y por tal motivo se deben cumplir las obligaciones establecidas en la ley Federal del Trabajo (López, 2014).

De acuerdo con los datos de la encuesta nacional de empleo del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) realizada en los censos económicos 2014 se identifica que la subcontratación va en aumento en México, en el 2004 el personal subcontratado era 8.6%, en el 2009 representaba el 13.6% y para el 2014 está contratado en esta modalidad el 16.6% (Ver Figura 1).

Figura 1: Personal subcontratado



Fuente: Elaboración propia con base en INEGI, 2014.

En sus inicios el outsourcing no se encontraba regulado en las leyes fiscales mexicanas, lo que había eran jurisprudencias las cuales señalaban que esta modalidad de contratación era una forma de evadir la responsabilidad laboral ante la existencia de subordinación con los trabajadores, lo cual recaía en una situación ilegal (Silva, 2010). Sin embargo, en años recientes ha aumentado el número de empresas que subcontratan trabajadores como una medida estratégica de expansión, en los sectores financieros, manufactureros, tecnológicos, logísticos y de servicios, esto ha llevado a que los legisladores establezcan reformas fiscales para su regularización.

En México algunas de las empresas que han optado por el outsourcing como medida de contratación de personal son Wall Mart México, Cementos mexicanos, Volkswagen de México, Toyota, Nike e instituciones financieras como Bancomer, entre otras grandes empresas, como medida para reducir costos y eficientar procesos en las áreas de



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

manejo de logística, sistemas, producción, comedor y limpieza (Almanza y Archundia, 2014).

También se identifica que las micro, pequeñas y medianas empresas lo emplean, normalmente en el área fiscal, laboral, jurídica y de formación, les falta emplearlo en otras áreas de la organización, como son: fabricación, distribución, gestión de recursos humanos, almacenamiento y tecnologías, entre otras, esto contribuiría a centrar sus esfuerzos en los objetivos del negocio y dejar en manos de terceros actividades menos relevantes (Almanza y Archundia, 2014).

Ventajas y desventajas del outsourcing

El outsourcing se considera una técnica administrativa que se fundamenta en un proceso de gestión de cambios estructurales de la empresa en procedimientos, sistemas, controles y tecnología, cuyo objetivo es obtener mejores resultados concentrando todos los esfuerzos y energías de empresa en la actividad principal al dejar a un lado el proceso de nómina (Chacón, 1999).

A través del outsourcing se ha dado oportunidad a la apertura de nuevas empresas dedicadas a la contratación de mano de obra, las cuales ofrecen a las micro, pequeñas y grandes empresas sus servicios para que éstas concentren los esfuerzos de sus compañías en las actividades principales del giro del negocio (Calixto et al., 2013).

Algunas de las ventajas detectadas que brinda el outsourcing a las microempresas son:

- Fortalecer los procesos de mayor importancia en la empresa.
- Permitir mayor integración de las microempresas a los procesos productivos, acelerando la expansión.
- Reducción de costos por los pasivos laborales generados por la indemnización de los trabajadores con una antigüedad amplia dentro de la empresa, mediante el outsourcing los empleados no generan antigüedad en la compañía.
- Alternativa para incursionar en el mercado internacional, al maximizar sus recursos.
- Mejoramiento de la calidad.
- Disminución de gastos y trámites legales ante las autoridades, evitando multas, recargos, demandas, entre otros.

- Contar con personal que cubra temporalidades o incapacidades.

Sin embargo, también existen riesgos o desventajas, algunas de las más sobresalientes que se pueden citar son:

- Dificultades para incorporarse al sistema de subcontratación por falta de conocimiento, baja calidad de sus productos, falta de financiamiento, poca capacidad técnica y mala gestión empresarial.
- Problemas laborales, por incumplimiento del proveedor de servicios en relación con las prestaciones de los trabajadores.
- Crear dependencia con la empresa que brinda el servicio de outsourcing.
- Incrementan los costos de producción.
- Informalidad en los tiempos de entrega.
- Falta de compromiso por parte de los trabajadores al no sentirse parte de la empresa.

Microempresas de Nopaltepec, Estado de México

De acuerdo a la clasificación establecida en la ley para el desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa en su artículo 3 fracción III, se consideran microempresas aquellas cuyo número de trabajadores está entre cero y diez independientemente del sector al que corresponda (industria, comercio o servicios), y Nacional Financiera agrega en su clasificación de las empresas el monto máximo de ventas anuales, en el que establece que las microempresas son aquellas cuyo monto máximo de ventas anuales es de hasta cuatro millones de pesos.

Diversos autores enumeran las características generales de las microempresas, las cuales se pueden resumir en:

- Propiedad de una persona o una familia.
- Se concentran en determinadas actividades, generalmente en la producción o comercialización de productos.
- No tienen más de dos niveles jerárquicos en sus estructuras organizacionales.
- No tienen controles internos adecuados.
- Tienen a crecer y pasar de ser una microempresa a ser una empresa pequeña.
- Poseen menos de 10 empleados.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

- Sus ventas anuales son limitadas en cuanto a monto y volumen.
- Su capital está destinado a la satisfacción de necesidades de supervivencia.
- Utilizan maquinaria y equipo con baja tecnología.
- No tienen conocimiento de administración.
- Falta de acceso al capital.
- Posición poco dominante en el mercado de consumo.
- Bajos niveles de productividad.
- Sus ventas son al menudeo.

La encuesta nacional de empleo del Instituto Nacional de Estadística y Geografía realizada en los censos económicos 2014 señala que el promedio nacional de personas ocupadas por establecimiento es de cinco, lo cual muestra que predominan las microempresas de reciente creación, principalmente en la industria manufacturera, los cuales aportan una décima parte de la producción a nivel nacional.

En la cabecera municipal del municipio de Nopaltepec, Estado de México se identifica una cantidad considerable de microempresas dedicadas a la transformación del plástico, producen diferentes productos de plomería, desde pequeños niples y conectores hasta tinacos de agua, también se encuentran diversos talleres del ramo textil.

Este municipio se ubica en el nororiente del Estado de México, su nombre proviene de vocablos náhuatl que significa “En el cerro de los nopales”, hoy día es considerado pueblo con encanto porque se encuentran aquí los Arcos del Padre Tembleque, obra arquitectónica que data del siglo XVI.

Durante muchos años su principal actividad económica fue la agricultura, sin embargo, las nuevas generaciones de jóvenes ya no buscan la agricultura como medio de subsistencia, algunos emigran a las grandes ciudades en busca de mejores oportunidades de empleo y otros han comenzado a trabajar en la industrial del ramo textil y plástico, creando micro y pequeñas empresas.

De acuerdo con datos proporcionados por la presidencia municipal se identifican alrededor de 30 unidades económicas registradas. Un sondeo realizado en la zona permitió detectar que la mayoría de estas microempresas son familiares, con unos cuantos trabajadores externos, pocas están registradas antes las autoridades municipales y hacendarias.

Tal como se mencionó en las características de las microempresas, la mayoría de estas empresas se crearon a partir de la experiencia de algún miembro de la familia que trabajaba anteriormente en otra empresa con este giro, cuentan con maquinaria de baja tecnología, no tienen controles internos, conocimientos administrativos ni contables, no cuentan con planeación financiera, niveles jerárquicos ni objetivos bien definidos, se concentran en la producción y ventas, las cuales de acuerdo a la temporada disminuyen. Lo anterior, lleva a que enfrenten problemas financieros y que tiendan a desaparecer al poco tiempo, o bien, se convierten en maquiladoras de otras más grandes que han podido penetrar a mercados externos a la población e incluso a exportar su producto.

Metodología

Esta investigación es de tipo mixto, cualitativa y cuantitativa, ya que pretende describir el impacto que trae a las empresas la subcontratación de personal, a través de un estudio analítico efectuado en las microempresas del municipio de Nopaltepec Estado de México. Es una investigación de carácter deductivo porque parte de las generalidades del outsourcing para determinar las ventajas y desventajas que podrían tener las microempresas que lo apliquen, de acuerdo a lo estipulado en las leyes respectivas.

En la primera fase se integró el marco teórico de la investigación, mediante la revisión documental de libros, leyes, reglamentos, jurisprudencias, revistas, periódicos, entre otras publicaciones, sitios de Internet, así como, artículos electrónicos. La segunda fase, consistió en la aplicación de una encuesta a los microempresarios del municipio de Nopaltepec, Estado de México, para conocer como contratan a su personal, las prestaciones que les otorgan, su disposición a la subcontratación del personal, cuánto conocen de esta modalidad de contratación, si alguien ya lo emplea y las consecuencias que han tenido.

Derivado de que se detectan alrededor de 30 unidades económicas, se decidió aplicar la encuesta al 100% de estas para tener un buen grado de confiabilidad. Cabe señalar, que muchas de estas son maquiladoras de dos de ellas, las cuales son las más grandes del lugar; vecinos de la zona indican que existen otras pero que solo trabajan por temporada.



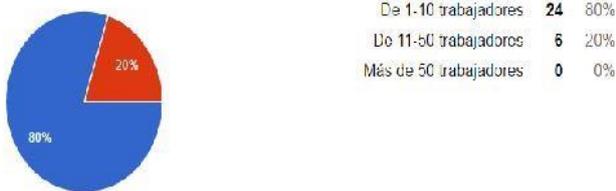
5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Resultados

La encuesta aplicada fue de 13 preguntas con el objetivo de indagar en el conocimiento que tienen los empresarios respecto a la subcontratación y quienes ya lo han utilizado. Los resultados permitieron detectar que el 100% de los empresarios tiene empleados, el 80% tiene entre 1 y 10

Figura 2: Promedio de trabajadores.



Fuente: Elaboración propia.

trabajadores (Ver Figura 2).

Este dato señala que la mayor parte de las empresas de la región son microempresas, de acuerdo a la estratificación establecida por la Secretaría de Economía en la cual las microempresas tienen entre cero y diez trabajadores independientemente del sector en el que se encuentren, sólo el 20% de las empresas de la zona son pequeñas empresas, ya que tienen entre 11 y 50 trabajadores, y no se identifican medianas ni grandes empresas.

Así que, en la zona las micro y pequeñas empresas son una buena opción como fuente de empleo, ahora bien, requieren asesoría administrativa y financiera para crecer y poder seguir generando empleo, ya que la falta de recursos financieros suficientes impide el pago de seguridad social, prestaciones como el aguinaldo y vacaciones e incluso el retraso de los sueldos y salarios generados por una mala administración, lo anterior, trae como consecuencia que algunas microempresas cierren al poco tiempo de su existencia, se detecta que sólo el 50% ha logrado mantener a sus trabajadores por más de dos años (Ver Figura 3), el resto ha tenido trabajadores por menos de uno o dos años.

Figura 3: Antigüedad de los trabajadores.

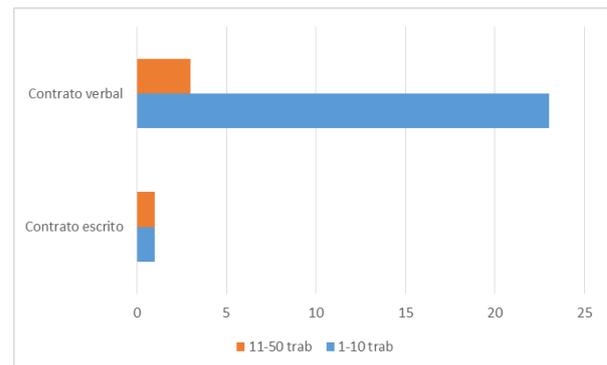


Fuente: Elaboración propia.

Lamentablemente, tanto las micro como las pequeñas empresas contratan a sus trabajadores de forma verbal

como se puede ver en la Figura 4. Uno de cada 24 microempresarios contrata a sus trabajadores de forma escrita, esto representa un 4%, el 96% restante los contrata de forma verbal, pensando equivocadamente que de esta manera el trabajador no puede exigir derechos laborales.

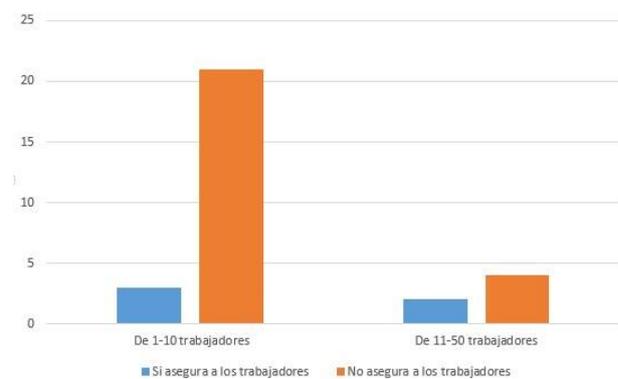
Figura 4: Forma de contratación de los trabajadores.



Fuente: Elaboración propia.

Por su parte, en las pequeñas empresas se ve una mejoría en el porcentaje ya que una de cada cuatro contrata a sus trabajadores de forma escrita, esto es un 17%, sin embargo, el índice sigue siendo muy bajo, lo cual muestra que los micro y pequeños empresarios no quieren asumir las responsabilidades laborales. Esto se observa también en relación con la prestación de seguridad social (Vea Figura 5).

Figura 5: Número de trabajadores asegurados por el patrón en Nopaltepec.



Fuente: Elaboración propia.

Del total de los empresarios encuestados, cinco de veintiocho, el 16.7% asegura a sus trabajadores en alguna institución de seguridad social, generalmente en el Instituto Mexicano del Seguro Social, de estos cinco tres son



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

contratados por microempresas representando un 13% y dos por pequeñas empresas, lo cual representa un 33%. La razón que suelen dar los microempresarios del porque no los aseguran es que los trabajadores no son permanentes, que todos son familiares, o que es muy costoso el pago del seguro social y que no tienen ingresos suficientes como para cubrir ese gasto.

El 86.7% de los encuestados dicen conocer todas las prestaciones a las que tienen derecho los trabajadores pero consideran que la carga económica por trabajador es excesiva como microempresarios, que el negocio no da para cubrir todos esos gastos.

Hablando del outsourcing, mejor conocido como subcontratación, el 75% de los microempresarios dijo no haber escuchado nunca de esa forma de contratación de personal y ninguno la utilizado, en cambio el 50% de los pequeños empresarios han oído de ésta forma de contratación y solo uno la ha empleado, es decir, un 16%, para este pequeño empresario la subcontratación le brindo un ahorro económico.

Al plantear en que consiste el outsourcing a los microempresarios, el 73.3% mostraron interés por el hecho de realizar un solo pago a la empresa con la que contraten el servicio y que ella se encargue de generar y pagar tanto la nómina como el IMSS, sin embargo, solo el 66.7% desea recibir asesoría respecto a la forma de contratar el outsourcing, es decir, aunque no lo conocen y les parece atractivo hay quienes no tienen interés en recibir asesoría y aplicarlo.

Discusión

En los estudios realizados sobre la aplicación del outsourcing se ha destacado la jurisprudencia y legalidad de esta modalidad de contratación dejando claro que mientras se realice con un proveedor que se encuentre bien regularizado es una opción viable, representando un ahorro tanto en términos económicos como en problemas laborales, para todo tipo de empresa.

Zufiria (2006) con base en la experiencia de la prestación de servicios de outsourcing a más de 80 empresas, recomienda cuatro claves para el éxito en su aplicación:

- Proporcionar y dar a conocer posibilidades de carrera profesional a los empleados, detallando las ventajas de profesionalización que tendrán a través de la subcontratante.

- Realizar un análisis previo de las diferencias culturales entre las dos empresas, esto se refiere al clima laboral que existe en la empresa subcontratante a la que serán transferidos los empleados, estudiando las posibilidades de crecimiento que brinda a los trabajadores.
- Establecer canales de comunicación, para que el empleado pueda consultar cualquier duda que tenga.
- Aportar confianza a los trabajadores, esto se puede lograr dando un documento de bienvenida de la compañía a la que se incorporarán los empleados para que tengan una visión general de la empresa.

Ahora bien, no todas las microempresas estudiadas en esta investigación lo ven como una opción, principalmente por falta de conocimiento y porque actualmente no están gastando en dar todas las prestaciones laborales a las que tienen derechos sus trabajadores.

Estas microempresas requieren impulso y asesoría para crecer, desde cómo establecer una buena organización, inscribirse al Registro Federal de Contribuyentes, obtener financiamiento y de qué forma invertirlo, establecer estrategias financieras y fiscales, entre otras; de no recibir esta asesoría tienen grandes posibilidades de desaparecer, porque cuando lleguen las autoridades realizando visitas domiciliarias recibirán multas por evasión o elusión fiscal al no estar regularizadas, lo cual, les generará gastos mayores a los que pueden realizar si se regularizan y realizan una buena planeación fiscal, la cual puede incluir la contratación por outsourcing.

Conclusiones y trabajos futuros

El outsourcing ha ganado cada vez mayor aceptación por los microempresarios, quienes buscan diversas estrategias que les permitan mejorar su economía y librarse de cargas excesivas. Las reformas laborales de México dan cabida a esta modalidad de contratación, ejemplo de ello lo encontramos en la contratación que realiza la Comisión Federal de Electricidad y Petróleos Mexicanos, hacía ya se dirige la contratación de Maestros y cada día más empresas lo están utilizando.

Así como, cada persona es única en el mundo, no hay otra con sus mismas cualidades, sentimientos, intereses, deseos y personalidad, así también, se puede decir que cada empresa es única y diferente, por lo que, cada una debe analizar su propia situación a fin de determinar si está en la posibilidad de aplicar el outsourcing o no, en qué áreas o para qué actividades y con qué proveedor lo llevará a cabo,



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

esta decisión debe hacerse basado en una estrategia bien planteada para la compañía.

Las microempresas del Municipio de Nopaltepec, Estado de México tienen oportunidades de crecimiento, para ello, pueden trabajar colaborativamente con los centros de estudio que están en la zona para que les desarrollen propuestas para mejorar su organización y control administrativo, así como, para implementar estrategias financieras e innovadoras que impulsen su producción, por lo tanto, en la zona hay mucho que hacer en términos de investigación para las microempresas, a fin de que pasen a ser pequeñas y medianas empresas bien establecidas.

En términos de outsourcing se requiere brindar asesoría a los microempresarios para que conozcan las ventajas que ofrece esta modalidad de contratación a fin de que puedan implementarlo, lo cual llevará a estudios posteriores sobre los resultados en la satisfacción tanto de los trabajadores como de los patrones.

Anexo

Anexo 1. Cuestionario aplicado a microempresarios de Nopaltepec, Estado de México

Objetivo del cuestionario: indagar sobre el conocimiento y aplicación de la subcontratación (outsourcing), por parte de los microempresarios de Nopaltepec, Estado de México.

Nombre del empresario (empresa):

Instrucciones: Seleccione la opción que corresponda a su situación real. 1. ¿Tienes empleados?

Sí

No

2. ¿En promedio cuántos trabajadores tiene?

De 1-10 trabajadores

De 11-50 trabajadores

Más de 50 trabajadores

3. ¿En promedio cuánto tiempo tienen sus trabajadores laborando en la empresa?

Menos de 6 meses

Menos de un año

Menos de dos años

Más de dos años

4. ¿Qué tipo de contrato hace con sus trabajadores?

Verbal

Escrito

5. ¿Qué prestaciones le otorga a sus trabajadores?

Seguridad social

Vacaciones

Aguinaldo

Ninguna

6. ¿Asegura en alguna Institución de seguridad social a sus empleados?

Sí

No

7. ¿Considera que la carga económica por trabajador es excesiva?

Sí

No

8. ¿Conoce todas las prestaciones a las que tiene derecho un trabajador?

Sí

No

9. ¿Ha escuchado de la subcontratación, como opción de contratación de personal?

Sí

No

10. ¿Ha utilizado ya la subcontratación?

Sí

No

Si su respuesta es sí responda la pregunta 10, si no saltar a la 11.

11. ¿Considera que la subcontratación le brinda un ahorro económico?

Sí

No

12. ¿Preferiría realizar un solo pago que generar nómina y pagar IMSS?

Sí

No

13. ¿Le gustaría recibir asesoría respecto a la subcontratación?

Sí

No

Gracias por su colaboración



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Referencias bibliográficas

- Almanza, M. y Archundia, E. (2014). El outsourcing y la planeación fiscal en México. México: IMCP.
- Calixto et al. (2013). Outsourcing. Comisión Representativa Ante Organismos de Seguridad Social. Obtenido de Outsourcing, Maestría en Contribuciones de la Facultad de Contaduría Pública de la BUAP: <http://imcp.org.mx/wp-content/>
- Díaz, M. (2002). Outsourcing: guía práctica de técnicas y estrategias. Bogotá: Ad-Qualite.
- Espino, T. y Padrón, V. (2004). ¿Qué actividades deberían externalizar las empresas? una aproximación bajo la perspectiva de recursos y capacidades. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía, 10, 210.
- Fressmann, R. (2005). Subcontratación de mano de obra en México. México: Friedrich Ebert Stiftung.
- INEGI (2014). Resultados oportunos censos económicos 2014. Recuperado el 24 de marzo de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/default.aspx>
- INEGI (2015). Censos económicos 2014. Datos relevantes de los resultados definitivos. Boletín de prensa núm. 283. Aguascalientes.
- López, E. (2014). Sueldos y salarios 2014. México: ISEF.
- Ley Federal del Trabajo (2016). México: Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión.
- Silva, J. (2010). ¿Cómo se regula el outsourcing en México? Revista Mexicana de Derecho Constitucional, núm. 22.
- Werther, W. y Davis, K. (2008). Administración de recursos humanos. El capital humano de las empresas (6ta ed.). México: Mc Graw Hill. Latex, (2006). A document preparation system, <http://www.latexproject.org/>.
- Zufira, J. (2006). Claves para abordar la transferencia de empleados en los contratos de outsourcing. Revista Universia Business Review, núm. 9, España.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La educación financiera en personas físicas de Cd. Sahagún.

Área temática:

Administración contable y financiera en las organizaciones

Autores: Mariela Guadalupe Ramírez Mellado, Beatriz Sauza Avila, Suly Sendy Pérez Castañeda.

Institución: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Correos: besaav@gmail.com, beatriz_sauza@uaeh.edu.mx, ssendy_2005@yahoo.com.mx



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La educación financiera en personas físicas de Cd. Sahagún

Resumen: La educación financiera es uno de los temas más significativos a tratar dentro de la temática del progreso de un país, es por ello que surge la necesidad de investigar en Cd. Sahagún, Municipio de Tepeapulco Hidalgo, si las personas que perciben un salario conocen sobre temas relacionados con el ahorro, la inversión, seguros, créditos, para con ello poder llevar un control y hacer un buen uso de las mismas, de tal forma que sea favorable para contar con finanzas personales sanas.

Abstract: Financial education is one of the most significant to be treated within the theme of the progress of a country issues, which is why there is a need to investigate Cd. Sahagún, municipality of Tepeapulco Hidalgo, whether people who receive a salary know about issues related to savings, investment, insurance, credit, to thereby be able to take control and make good use of them, so that is favorable to have healthy personal finances.

Palabras claves: Educación financiera, personas físicas, Cd. Sahagún.

Introducción

La educación financiera juega un papel importante para el desarrollo del país, es por ello que las personas físicas deben estar preparadas en información relacionada con finanzas personales considerando el ahorro, inversión, crédito y seguros, con la finalidad de contar con salud financiera. Tomando en cuenta que Ciudad Sahagún es uno de los principales promotores de empleo dentro de la región, es importante que las personas físicas cuenten con educación financiera. El objetivo principal de la investigación es identificar las características de la educación financiera en personas físicas de Ciudad Sahagún. Como hipótesis se tiene dentro de la investigación que “las personas físicas de Cd. Sahagún tienen baja educación financiera”.

El desinterés de las personas sobre esta temática y la falta de hábito del ahorro; son algunas de las causas principales de este problema, el cual día a día crece, a pesar del fomento y esfuerzo que han realizado las diferentes instituciones financieras y gubernamentales que se encuentran en nuestro país.

La educación financiera que tienen los mexicanos es en general deficiente, a lo que Ciudad Sahagún no se deslinda de esta problemática lo cual es alarmante, ya que es un punto clave en el desarrollo económico del municipio de Tepeapulco, al ser Ciudad Sahagún una de sus principales fuentes de ingresos para este y demás ayuntamientos que se encuentran a sus alrededores, por lo cual es importante conocer con cuanta proporcionalidad las personas realizan actividades de educación financiera en su vida cotidiana, además de saber que tanto fomentan temas como el ahorro, la inversión y el uso de crédito.

Revisión teórica Educación financiera

La educación es un aspecto importante dentro del desarrollo de un país, y la educación financiera juega un papel muy relevante dentro de dicho desarrollo, por lo cual es primordial inicialmente conocer el concepto de lo que es educación financiera, a lo que la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OECD) y demás autores definen a la educación financiera como un “proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros y desarrollan las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras y mejorar su bienestar” (OECD, 2006, p.13)

Por lo que se puede sintetizar que la educación financiera es aquella capacidad que tiene el ser humano (personas físicas) para administrar y desarrollar de manera correcta los conceptos, los productos financieros y la toma de decisiones sea más acertada en el momento de elegir su forma de allegarse del recurso financiero, y de esta manera poder lograr el objetivo primordial de todos los individuos el bienestar económico lo que conlleva a un bienestar social y familiar.

Cabe mencionar que para poder lograr tomar buenas decisiones con respecto al financiamiento los individuos deben de tomar el riesgo que le ofrece cada uno de los productos y vías que se le presentan para lograr el objetivo planteado.

Por otra parte es relevante resaltar que en América Latina principalmente México cuenta con niveles de educación financiera bajos esto según una encuesta realizada por la BANAMEX y UNAM en el 2008, estos niveles se fueron determinando según las respuestas que dieron los



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

encuestados a las preguntas establecidas, estas tomadas con base a los elementos de la educación financiera.

Aditivo a lo anterior es significativo mencionar que no solo México está preocupado por este tema si no también diferentes países de América Latina uno de ellos por hacer mención de alguno es Brasil quien establece un programa que está muy enfocado a lo que son las matemáticas, y algunos conceptos como los son: “tasa de interés, cálculo de rentabilidad, costo de dinero, como hacer un presupuesto y los mecanismos de financiamiento que harán parte de los currículos de matemáticas de grado cero a once en los colegios públicos del país” (Núñez L.N, 2013).

El autor Luis Núñez Álvarez menciona en su libro Educación Financiera; Retos, lecciones y planes que la educación “transmite conocimiento, habilidades y actitudes necesarias para que la gente pueda adoptar buenas prácticas de manejo de dinero para la generación de ingresos, gasto, ahorro, endeudamiento e inversión.” (Álvarez, 2013).

La importancia de la educación financiera, radica principalmente en la situación económica pero tiene otras vertientes como lo es en el ámbito cultural ya que las personas incultas revela un sistema educativo cruel y vergonzoso dado que en la actualidad es un tema que tanto ricos como pobres debemos de conocer, esto según Kiyosaki, R. (2015); quien en su libro “Interpreta tu IQ financiero” además de hacernos mención de lo anterior, nos muestra una ecuación sencilla de “por qué es tan importante la educación financiera”.

Información + Educación = Conocimiento

Sin educación financiera no se puede procesar la información para convertirla en un conocimiento útil y sin conocimiento financiero la gente sufre en el aspecto económico” (Kiyosaki, 2015)

Cultura financiera

La cultura financiera vista desde un punto de vista etimológico se conforma de cultura que según se define como “todo ese complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que miembro de la sociedad” Montes, (2002); las Fianzas estudian el funcionamiento de los mercados de dinero y capitales, las instituciones que operan en ellos, las

políticas de captación de recursos, el valor del dinero en el tiempo y el costo del capital.

Tomando en cuenta el concepto que se tiene de cultura financiera en una institución financiera llamada “Fin común”; definiremos a la cultura como: “habilidades, conocimientos y prácticas que llevamos día a día para lograr una correcta administración de lo que ganamos y gastamos, así como un adecuado manejo de los productos financieros para tener una mejor calidad de vida” (Común, 2016).

¿De qué hablamos cuando decimos “cultura financiera”? Una definición simple es “aprender a invertir”. Pero, en un sentido más amplio, podría afirmar que lo que distingue a una persona que tiene cultura financiera de otra que no la tiene, es que la primera cuenta con información que hace desde las decisiones cotidianas relacionadas con dinero mejoren su calidad de vida” (Litvinoff, 2012).

Por lo antes mencionado y tomando en cuenta lo que otros autores establecen sobre la cultura financiera, se puede definir como un conjunto de conocimientos, prácticas, hábitos y costumbres que cada individuo posee para administrar, incrementar y proteger su patrimonio en las diferentes etapas de su vida y en diferentes sectores económicos, puesto que esto no es solo cuestión de tecnicismos si no que es solo la forma adecuada de llevar un registro de ingresos y gastos acompañado de un buen presupuesto.

La cultura financiera cuenta con elementos que la caracterizan y que es importante tener en cuenta para poder lograr una cultura financiera, consolidada, de los cuales se hará mención de solo algunos de ellos, se podría decir que los más importantes o de los que diferentes autores coinciden.

- Ahorro
- Presupuesto
- Crédito
- Seguros
- Inversión

Ahorro

Es la parte de nuestro ingreso que se guarda en el presente para usarlo en el futuro. Sirve para protegerse contra eventos inesperados y prepararse para gastos esperados del futuro” (García, 2011)



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

El ahorro y sus implicaciones constituyen uno de los aspectos de importancia en la educación financiera. De manera particular, se deben desarrollar los aspectos conceptuales y la importancia del ahorro; el ahorro y los intereses; cómo calcular y manejar los intereses; las cuentas de ahorro y sus tipos (Red BAC-CREDOMATIC, 2008).

“El ahorro sirve para guardar dinero de manera segura para un uso posterior” Explicó el, vicepresidente técnico de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros para el periódico El Economista (Rostro, 2013)

El ahorro es aquella parte de los ingresos de los agentes económicos (familias, empresas y gobierno) que no son consumidos. El concepto de ahorro es fácil de visualizar en el caso de las familias. En el caso de las empresas el ahorro es la parte de los beneficios que no se reparten en forma de dividendos y que se acumulan en forma de fondos de reserva. El ahorro de los gobiernos no debe confundirse con el superávit de las cuentas públicas en tanto dentro de los egresos están consideradas las inversiones que es una parte del ahorro ya aplicado...” (Veiga, 2012).

Se define al ahorro como “reservar una cantidad de dinero”, en otras palabras “es la cantidad monetaria excedente de las personas e instituciones que pueden controlar sus gastos” (Álvarez, 2013).

El ahorro es uno de los temas principales que se deben de tocar dentro del tema “Educación Financiera” ya que “es el único medio por el cual se puede empezar a construir los elementos necesarios para tener una mejor vida el día de mañana”. (Álvarez, 2013)

De lo anterior se llega a la conclusión de que el ahorro es uno de los elementos más importantes y relevantes de la educación financiera ya que es una forma de proteger los ingresos para alguna contingencia del futuro. **Presupuesto**

El presupuesto es considerado un plan sobre lo que se espera suceda con los ingresos y egresos durante un período para alcanzar una meta determinada. De manera simple, puede considerarse como un resumen del flujo de caja proyectado.

La estimación o proyección se hace con base en experiencias anteriores o lo que ha sucedido en el pasado. Este plan de acción constituye una posibilidad confiable de que las cosas sucedan como se han planeado.

En el libro de Padre rico, padre pobre el padre rico decía que un presupuesto es un plan: “La mayoría de la gente utiliza su presupuesto como un plan para formar parte de

las clases media o pobre, no como un plan para volverse ricos. En vez de crear un presupuesto con excedentes, casi todos rigen sus vidas utilizando un presupuesto con déficit, o sea, trabajando para gastar lo menos posible (Kiyosaki, 2015).

El presupuesto es definido principalmente como “Plan Financiero”, dentro del cual se debe de tener en claro hacia donde se quiere ir esto según Helio Laguna, citado por Kiyosaki el cual establece qué:

Elaborar un presupuesto debe ajustarse: - Hacer un listado de su ingreso. Sueldo, honorarios u otros, todos relativos a un periodo (un mes, seis meses, un año), dependerá del tiempo en que quiera realizarlo.

- Hacer una lista de gastos. Esto les ayudará a conocer como ha gastado su dinero y pretende hacerlo, de acuerdo con el movimiento de capital que hayan tenido.
- Algunos gastos serán fijos, como la renta, la hipoteca, la prima de seguros, colegiaturas, y estas cantidades serán fijas por lo menos durante un año.
- Al comparar los ingreso plasmados en el presupuesto, contra la suma de gastos enumerados en el mismo documento, nos dará una diferencia, la cual deberá ser un sobrante a favor, Si la cantidad saliera mayor a los ingresos, tendremos que hacer los ajustes respectivos, porque la idea de la elaboración de dicho presupuesto es que se tenga un equilibrio entre sus ingresos y sus gastos para la cantidad que han decidido ahorrar y lo demás para satisfacer imprevistos. (Álvarez, L.N. 2013)

Por lo tanto el presupuesto, después de haber analizado las investigaciones que se realizaron con anterioridad; podemos decir que el presupuesto además de ser una herramienta muy necesaria e importante para la educación financiera de un país, región o persona; es un plan financiero que cualquier persona lo puede realizar, porque las personas comúnmente creen que este tema es solo para personas con nivel de estudios superior al básico, pero como se denota es algo muy sencillo de realizar, por lo que con buena educación y empeño se puede realizar esta planeación.

¿Para qué sirve?

- Pronosticar cuáles van a ser los ingresos y los gastos en un determinado periodo.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

- Controlar la situación financiera.
- Comparar lo que ha sucedido con lo que se planeó que sucediera.
- Prever situaciones que se alejen del plan.
- Evidenciar logros.
- Buscar correctivos a situaciones problema; por ejemplo: un imprevisto puede hacer que se desvíe parte del ingreso en buscar su solución; es decir que el dinero dispuesto para otras necesidades

tendría que ser usado para atender el imprevisto, obligando a un reajuste o recorte en el plan inicial. ¿Por qué utilizarlo?

- Ayuda a disminuir el riesgo de tener egresos mayores que los ingresos.
- Facilita mantener el plan de acción para alcanzar los objetivos propuestos, ya que ayuda a detectar cualquier gasto innecesario que pueda desajustar el plan.
- Permite programar la satisfacción de las necesidades.
- Permite detectar sobrantes y faltantes de dinero en un momento determinado y a su vez conduce a la toma de decisiones frente a estos resultados.

Una realidad que impera en nuestro país es que muchas familias pone en riesgo su patrimonio, debido a que no existe una correcta administración de sus ingresos y gastos, y los resultados de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera 2012 realizada por el INEGI lo refleja, pues solamente el 20% de la población adulta admitió que lleva un registro de sus gastos (CONDUSEF, 2013). **Crédito**

“El crédito (del latín “creditum”, un sustantivo que desprende del verbo “credere”, creer) es confiar o tener confianza en la capacidad que tienen alguien para cumplir una obligación contraída, gracias a su voluntad y compromisos” (García, 2011).

“El aprendizaje sobre el crédito y su administración fortalece de manera sustantiva una educación financiera. Para tomar decisiones acertadas en este campo...” (Red BAC-CREDOMATIC, 2008).

El crédito es un préstamo en dinero por el que la persona se compromete a devolver el monto solicitado en el tiempo o plazo definido, según las condiciones establecidas para

dicho préstamo más los intereses, comisiones y otros costos asociados, si los hubiera.

“El crédito es como el permiso para usar el capital de otro. En los negocios crédito es la confianza dada o tomada a cambio de dinero, bienes o servicios” (Córdova E. E.)

El crédito y su aprendizaje es un punto crucial para la educación financiera puesto que es importante además de conocer la conceptualización de la palabra crédito y todo lo que engloba este tema como lo son las tasas que se cobran por este concepto, los plazos en los que se pueden pagar, sin dejar atrás los beneficios que trae consigo tener un historial crediticio adecuado en las instituciones financieras. **Inversión**

Es el dinero que se usa para generar ingresos a futuro. Es dinero destinado a la creación o aplicación de una actividad productiva como una pequeña empresa, o la compra de un bien cuyo valor aumentará en el futuro y que puede ser revendido. La inversión es una oportunidad de hacer crecer tu negocio (García, 2011)

“La inversión, como instrumento para aumentar el ahorro, constituye otro de los aspectos de la educación financiera, especialmente sus aspectos conceptuales, enfoques, tipos de inversión, los criterios para hacer una inversión” (Red BAC-CREDOMATIC, 2008)

“Una inversión es la cantidad de dinero que en lugar de sólo guardarla buscaríamos incrementar” así lo explicó el vicepresidente técnico de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros para el periódico El Economista (Rostro, 2013).

“La inversión es el gasto monetario en la adquisición de capital fijo o capital circulante, o el flujo de producción encaminado a aumentar el capital fijo de la sociedad o el volumen de existencias” (UNAM, apuntes, 2014).

Después de analizar lo anterior se llega a lo siguiente la inversión es la forma de poder aumentar nuestros ahorros, es decir, gracias a una buena inversión los ahorros no solo se quedan estancados, sino que aumentan y esto ayuda a que podamos tener un bienestar económico mejor, el cual conlleva a un bienestar social, familiar estable. Pero para poder realizar una buena inversión se debe de tomar en cuenta los diversos tipos de inversión que existen, los criterios e instrumentos que se establecen para poder realizarla.

Seguro

El seguro es un contrato a través del cual el asegurado se obliga, mediante el cobro de una prima a indemnizar



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

dentro de los límites pactados, el daño producido al asegurado cuanto ocurra un siniestro sobre los riesgos de cobertura de dicho seguro. (Gran Rico, 2012).

“Los seguros, constituyen aspectos significativos en la educación financiera. Se trata de desarrollar aspectos de previsión, considerando algunos factores contingentes de la vida...” (Red BAC-CREDOMATIC, 2008).

Seguro; es un contrato entre una persona y una compañía aseguradora, la cual toma sobre su por un determinado tiempo los riesgos (señalados en el contrato) de pérdida o deterioro que corren ciertos objetos pertenecientes a la persona contratante, obligándose la compañía a indemnizar mediante una retribución convenida pre-establecida en caso de siniestro de un bien o una persona a cambio del cobro de una prima (Banco Estado)

“Es un contrato mediante el cual el asegurador se compromete a indemnizar, en caso de que se produzca una contingencia o siniestro, daño producido o a satisfacer un capital, renta u otra presentación acordada” (Hacienda, ef.)

Los seguros es uno de los aspectos más relevantes dentro de la educación financiera puesto que estos nos ayudaran a desarrollar aspectos de previsión tomando en cuenta algunos factores contingentes de la vida del individuo asegurado, por lo tanto se deben de tomar diversos elementos para poder tomar una buena decisión al elegir el indicado, algunos de estos son la aseguradora que lo ofrece, el seguro que se va a contratar, además del alcance de protección que ofrece el seguro. **Persona física**

El nombre de personas físicas tiende a tener definiciones diferentes según se trate del ordenamiento jurídico y la utilización de las mismas, pero para el desarrollo de esta indagación se tomara en cuenta el concepto jurídico el cual corresponde a los romanos. Algunas de las definiciones que se tomaran en cuenta para el trabajo a realizar serán las determinadas por instituciones gubernamentales y algunos autores relevantes y que enfocan esta temática hacia lo jurídico fiscal.

Personas físicas en Cd. Sahagún

En el municipio de Tepeapulco, Hidalgo hay 51,664 habitantes de los cuales 28,556 se encuentran ubicados en ciudad Sahagún Hidalgo, esto según datos del INEGI los cuales fueron actualizados en el año 2010 lo cual indica que más del 50% está en esta localidad.

Metodología

Diseño, tipo y nivel de investigación

Esta investigación tomara un diseño cuantitativo, transversal, no experimental, descriptivo, correlacional y explicativo

Jurado (2011), propone un diseño cuantitativo, transversal no experimental, descriptivo, correlacional y explicativo.

A su vez Briones (2012), señala que la medición de la eficiencia en el uso de instrumentos financieros se realizará a través de valoraciones numéricas (cuantitativo); transversal al realizar la recolección de datos en un momento del tiempo para todas las personas físicas que dirigen una microempresa familiar dedicados a actividades de servicios educativos del estudio; No experimental por que no habrá manipulación deliberada de variables; descriptivo, al buscar tener un perfil de las personas físicas respecto a su manejo de los instrumentos financieros y del grado de educación financiera que tienen; correlacional al determinar el nivel de asociación entre el manejo eficiente de instrumentos financieros y los grados de educación financiera en persona físicas, y explicativo al proponer y simular un modelo de manejo eficiente de instrumentos financieros a partir de los niveles de educación financiera en personas físicas.

Resultados

El instrumento se aplicó a 394 personas en un muestreo por conveniencia, los resultados obtenidos en cuanto al ahorro, crédito, presupuesto, son los que a continuación se describen:

Ahorro

Como se muestra en el gráfico número 1, El 73% de las personas encuestadas hizo mención de que si ahorra y solo el 27% no ahorra.

Gráfico 1. Personas que ahorran



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico número 2 el 40% de personas ahorran en casa, el 23% ahorra en cuentas de ahorro, el 21% en tandas, el



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

5% en depósitos a plazo fijo, el 4% con familiares, el 3% en cuentas de cheques y en fondos de inversión, el 1% en otro lugar de los mencionados con anterioridad.

Gráfico 2. ¿Dónde ahorran?

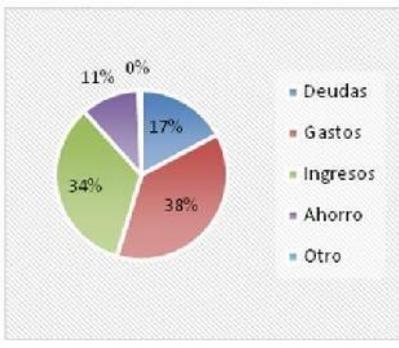


Fuente: Elaboración propia

Presupuesto

El 38% lleva registro de gastos, el 34% de sus ingresos el 17% de deudas, el 11% de ahorro y el 0% otro.

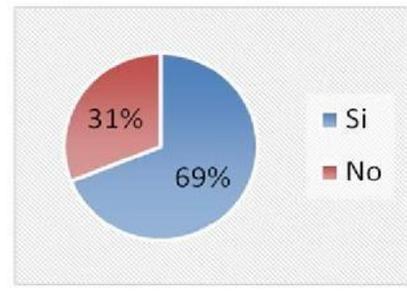
Gráfico 3 De qué lleva registro



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico número 4 el 69% no tiene conocimiento para realizar un presupuesto y el 31% si tienen conocimiento para realizar un presupuesto.

Gráfico 4 Conocimiento para realizar un presupuesto

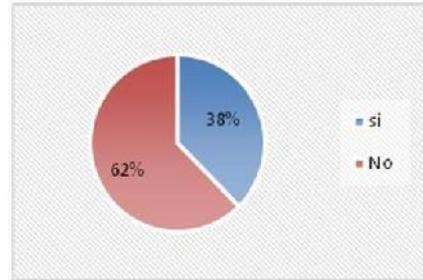


Fuente: Elaboración propia

Crédito

El 62% de las personas en ciudad Sahagún no han solicitado un crédito. Y solo el 38% de las personas restantes si ha solicitado.

Gráfico 5. Personas que han solicitado un crédito



Fuente: Elaboración propia

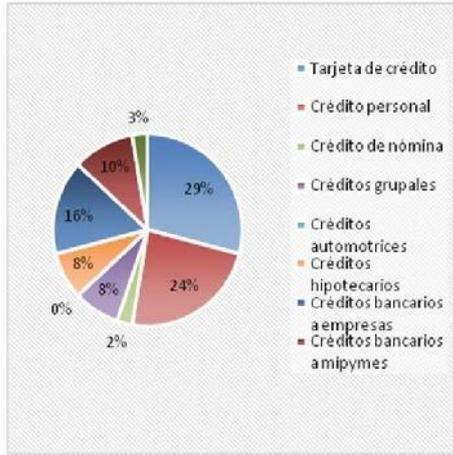
El 29% ha utilizado la tarjeta de crédito para solicitar un crédito, el 24% en un crédito personal, el 16% en créditos bancarios a empresas, el 10% en créditos bancarios a mipymes, el 8% en créditos grupales y en créditos hipotecarios el 3% en un lugar distinto a los ya mencionados y el 2% crédito de nómina.

Gráfico 6. ¿Dónde han solicitado un crédito?



5º ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

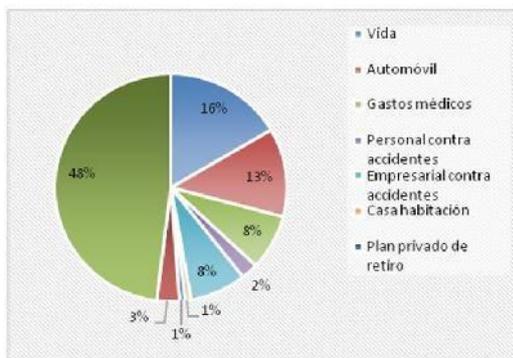


Fuente: Elaboración propia

Seguros

El 48% de los encuestados no cuenta con algún seguro, el 16% cuenta con el seguro de vida, el 13% cuenta con el de automóvil, el 8% con el de gastos médicos y el empresarial contra accidentes, el 3% con seguro de educación, el 2% con el personal contra accidentes y el 1% con el de casa habitación y plan privado de retiro.

Gráfico 7 Tipos de seguros con los que cuenta



Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto se comprueba la hipótesis al comprobar que las personas físicas de Cd. Sahagún no cuentan con educación financiera.

Metodología

Esta sección deberá contener en primer lugar todas las técnicas y métodos utilizados para el desarrollo del trabajo, además de una descripción detallada de cómo fueron realizados y en qué consisten, y una descripción de los

datos utilizados. Se podrá apoyar en figuras y tablas. Sin embargo si éstas se utilizan es muy importante describirlas detalladamente. Evitar discutir los resultados ya que estos serán colocados en la sección de Discusión.

Resultados

En esta sección se presentan los hallazgos obtenidos de la investigación. Se podrá apoyar en figuras y tablas, es muy importante describirlas detalladamente.

Discusión

Diversos estudios se han realizado con relación a la educación financiera la UNAM en conjunto con Banamex, realizaron investigación para medir la cultura financiera en México, resumiendo el resultado que se obtuvo es la carencia de educación financiera en las personas, por tal motivo en esta investigación se obtuvieron las características de las personas físicas de Cd. Sahagún, y observó que es necesario que las personas se convenzan en no ahorrar en sus casa o debajo del colchón, es necesario que se realice un presupuesto, se opte por obtener seguros para proteger su patrimonio y no considerarlo como un gasto, así como también tener la opción de obtener un crédito a sus posibilidades con la finalidad de adquirir bienes como son activos fijos.

Conclusiones y trabajos futuros

De las características de las personas físicas del estudio, el 35% tiene de edad 46 a 55 años; el 61% es de sexo masculino; el 38% tiene nivel educativo medio superior.

Pasando a la identificación de instrumentos financieros, el 73% de las personas prefieren manejar su dinero en efectivo; el 40% utilizan como canal de servicio financiero las sucursales financieras; el 39% no hacen uso de algún producto financiero.

Con respecto a la educación financiera el 29% conoce un programa de educación financiera diferente a los mencionados; el 50% utiliza otro programa de educación financiera de los que se hizo mención.

Hablando del tema de endeudamiento, el 84% de las personas si realiza gastos dentro de sus posibilidades económicas; sin embargo el 34% utiliza su dinero para pagar deudas lo que nos indica que las personas de la ciudad si tienen un endeudamiento; el 32% de las personas hizo mención que ahorra por motivos diferentes a los que



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

se hace referencia, sin embargo no se hizo referencia de a lo que se referían por lo que no se tiene una conclusión certera.

Como evitar el endeudamiento, es el punto que nos revela que el 25% de las personas tiene conocimiento de lo que es el ahorro, el 29% de las personas hacen mención que es un beneficio en el futuro; el 34% tiene un concepto sencillo pero correcto de lo que es un crédito, además de que tienen en claro los riesgos que este implica y que uno de los principales y más mencionado por las personas es el endeudamiento; el 47% define seguro como protección para su familia, lo cual nos revela que su mayor preocupación son su familia, pero a pesar de ello el 48% no cuenta con ningún tipo de seguro, lo cual es preocupante.

Pasando a ver si las personas ahorran y donde lo hacen nos revela que el 73% de las personas si ahorran y que el 40% lo hace en su casa, porque la creen más confiable además de que eso les puede traer el beneficio de no pagar comisión. Por otra parte el 62% de las personas no ha solicitado un crédito lo que nos lleva a que temen al riesgo que este implica, sin embargo el 29% de las personas prefiere solicitarlo por medio de la tarjeta de crédito. Los medios que las personas prefieren utilizar con un 66% de encuestados optan por hacerlo en efectivo; como antes se hizo mención del concepto que se tenía sobre seguro, nos encontramos con que aunque su familia sea la prioridad para las personas, el 48% de ellos no cuentan con un seguro.

Respecto a el control que tienen las personas con su dinero nos encontramos con que el 38% de ellas tiene un control de sus gastos y que el 69% tiene conocimiento sobre la realización de un presupuesto.

Con ello se comprueba la hipótesis al considerar que las personas de Cd. Sahagún, carecen de educación financiera. Dentro de los futuros estudios es guiar a las personas físicas y capacitarlas en materia de ahorro, presupuesto, crédito, seguros, dándoles seguimiento para con ello obtener resultados que permitan medir los avances obtenidos y mejorar su educación financiera.

Referencias bibliográficas

Álvarez, L. N. (2013). Educación Financiera, Lecciones de ahorro entre padres e hijos. México, D.F. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

Álvarez, L. N. (2013). Educación Financiera; Retos, lecciones y planes. México: Instituto Mexicano de Contadores Público, A.C.

Briones, G. (2012). Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales. Recuperado el 03 de Enero de 2015, de <http://ebevidencia.com/wpcontent/uploads/2014/02/Methodolog%C3%ADa-delainvestigaci%C3%B3n-cuantitativa-en-las-cienciasociales.pdf>

BANAMEX, & UNAM. (2008). Primera encuesta sobre cultura financiera en México. BANAMEX-UNAM. México: BANAMEX.

Común, F. (2016). Fin Común. Obtenido de Cultura Financiera:

http://www.fincomun.com.mx/edu_fin/quees.html

CONDUSEF, (2013), Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, La importancia de llevar un presupuesto. Recuperado de

<http://www.condusef.gob.mx/index.php/comunicados-de-prensa/960-la-importancia-de-llevar-un-presupuesto-snef-2013>

Córdova, E. E. (s.f.). (2005), Crédito y cobranzas. México : Universidad Nacional Autónoma de México.

Gran Rico (2012), Seguros, periódico expansión. Recuperado de

<http://www.expansion.com/diccionariohttp://www.expansion.com/diccionario-economico/seguro.html?intcmp=NOT002economico/seguro.html?intcmp=NOT002>

Hacienda, M. d. (ef.). Tranquilidad para usted y los suyos, prepárese para los imprevistos. España: Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.

INEGI, S. C. (2012). Encuesta Nacional de Inclusión Financiera, Análisis descriptivo de los resultados. México: Secretaría de Hacienda y Crédito Público, GP 20.

INEGI. (2010). Encuesta nacional, Recuperado de <http://www.inegi.org.mx/>.

Jurado, Y. (2011). Metodología de la Investigación. Quinta reimpresión, Ed. México: Esfinge Grupo Editorial.

Kiyosaki, R. T. (2015). Incrementa tu IQ Financiero. México: Penguin Random House.



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Litvinoff, N. (2012). La cultura financiera, el dinero y el tiempo. Diario de la Nación.

Montes, (2002), Una propuesta para la definición y el tratamiento de la cultura. Recuperado de http://enxarxats.intersindical.org/nee/CE_defcultura.pdf.

OECD. (2013), La Educación Financiera en América Latina y el Caribe, situación actual y perspectiva. Recuperado de https://www.oecd.org/daf/fin/financialeducation/OECD_CAF_Financial_Education_Latin_AmericaES.pdf

Red Bac-Credomatic. (2008), Libro maestro de educación financiera. Recuperado de https://www.credomatic.com/guatemala/img/img_sitios/educacion_financiera.pdf.

Rostro, F. G. (2013). Ahorrar no es lo mismo que invertir. El Economista.

UNAM apuntes (2014), Concepto de inversión y costo de oportunidad. Recuperado de http://www.ingenieria.unam.mx/~jkuri/Apuntes_informacion_internet/TEMAVI.4.pdf.

Veiga, L. (2012). Los determinantes del ahorro. *Revista de Negocios del IEEM*, 74.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Educación financiera en el sector turístico hidalguense

Área temática: Administración Contable y Financiera en las organizaciones.

Nombre de autores: María Magdalena García Bravo
Lourdes Gabriela Quiroz Salas

Cuerpo Colegiado: Consultoría Organizacional

Universidad Tecnológica de Tula Tepeji

Correos: mgarcia@uttt.edu.mx
lquiroz@uttt.edu.mx

Celular: 7731500938 y 7731085606



5^o ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Educación financiera en el sector turístico hidalguense

Resumen: *En éste paper se presenta, a partir de la premisa que cuando los empresarios no cuentan con educación financiera se enfrentan a problemas que pueden llevarlos a la quiebra, el propósito de este trabajo es presentar los resultados de un estudio hecho a 35 microempresarios del sector turismo en la región de Tula de Allende del estado de Hidalgo, México, respecto a identificar las percepciones que tienen sobre conceptos relativos a la educación financiera y si estas tienen relación con los términos técnicos definidos por algunos autores.*

Los datos muestran que un alto porcentaje de los dueños de estas empresas sí conciben los términos estudiados relacionados a los tecnicismos de la educación financiera, lo que motiva a continuar con líneas de investigación relativas a la relación de este conocimiento con sus grados de estudios y con el crecimiento en ventas que reportaron.

Abstract: *In this paper presents, from the premise that when entrepreneurs do not have financial education face problems that can lead to bankruptcy, the purpose of this paper is to present the results of a study 35 entrepreneurs in the tourism sector in the region of Tula of Allende, the state of Hidalgo, Mexico, regarding identify perceptions about concepts of financial education and whether they are related to technical terms defined by some authors.*

The data show that a high percentage of the owners of these companies do conceive the terms studied related to tecnicismos of financial education , which motivates them to continue with research on the relationship of this knowledge with their degrees of studies and sales growth reported .

Palabras clave: Educación financiera, microempresas; turismo

Introducción

Cuando los empresarios no cuentan con educación financiera se enfrentan con problemas que puedan llevarlos a la quiebra, que no tienen que ver con la economía ni los gobiernos, sino con prácticas erróneas, como la mezcla del dinero propio con el de la empresa, con el pago de gustos personales en lugar de invertir en el negocio... al respecto, Kiyosaki y Lechter (2010) consideran que este tipo de decisiones son provocadas por la ignorancia y el miedo.

Por situaciones como las mencionadas se considera fundamental la educación financiera, buscando una mejor toma de decisiones económicas en los empresarios (Castro y García, 2010), sobre todo para los micro, al ser individuos que sin instrucción formal dirigen negocios que generan recursos económicos, empleos y unidades económicas en las regiones donde se ubican.

A decir de Carbajal (2008), la educación transforma el comportamiento financiero reactivo propio de este

tipo de empresarios, que manejan instintivamente su dinero, en comportamientos y prácticas proactivas en el corto plazo, como en la elaboración de presupuestos, ahorro más regular y logro de metas financieras. En el largo plazo, se espera que estos cambios conduzcan al aumento de los ahorros, reducción de endeudamiento y presiones financieras, que finalmente resulten en una mayor acumulación de activos, consumo más consistente y reducción en el nivel de vulnerabilidad.

Bajo esta premisa es que el objetivo del trabajo es presentar una evaluación diagnóstica de la percepción que tiene los microempresarios del sector turismo en la región de Tula, del estado de Hidalgo, México¹, con la finalidad de inferir comportamientos en cuestiones financieras, que permita, en el futuro, establecer estrategias para mejorar la toma de decisiones económicas que beneficien su negocio, su familia y su entorno. Para lo cual, el trabajo se ha estructurado en 4 apartados, en el primero se conceptualiza el término



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

de educación financiera desde varios autores; después se presentan los indicadores que se relacionan con ella; en el siguiente se presentan datos del sector turismo en Hidalgo; en el tercero la metodología empleada y finalmente los resultados y las conclusiones.

Educación financiera

Hacer mención de educación financiera es remontarse a la segunda mitad del siglo XX, ubicando a Estados Unidos como uno de los países pioneros en abordar este tema y en donde se ubican las primeras políticas públicas que fomentaban la educación al consumidor con el fin de impulsar el ahorro, de ahí que los bancos centrales de varios países desarrollaran programas para garantizar una comunicación efectiva con el público. Algunos ejemplos en el continente americano de educación financiera se ubican por ejemplo en Brasil, en donde se estableció un programa dentro de las matemáticas, el cual incluye conceptos como tasa de interés, cálculo de rentabilidad, costo de dinero, cómo hacer un presupuesto y los mecanismos de financiamiento, que son parte de los currículos de grado cero a once en los colegios públicos del país (Núñez, 2013). Otro es en California, a través del Poder Legislativo, que presentó el proyecto de Ley No. 166, que en su capítulo 135, inciso h, establece que la educación financiera es un componente esencial para preparar a los individuos a gestionar su dinero, crédito y endeudamiento, para que puedan llegar a ser trabajadores, cabezas de familia, inversores, emprendedores, empresarios y ciudadanos responsables.

Así que abordar el tema de educación financiera es poner atención en asuntos de presupuesto, alternativas de inversión, ventajas, limitaciones y riesgos de cotizar en fondos de pensiones, diferentes instrumentos financieros y la importancia del ahorro para el futuro (Nidia, 2010).

Pero qué se entiende por educación financiera. A decir de Domínguez (2011), el concepto de educación financiera comprende tres aspectos clave: 1) adquirir un conocimiento y una comprensión en materia de finanzas; 2) desarrollar competencias en ese ámbito, es decir, tener capacidad para utilizar los conocimientos en beneficio propio; 3) ejercer la

responsabilidad financiera o, lo que es lo mismo, llevar a cabo una gestión adecuada de las finanzas, realizando elecciones informadas, con conocimiento de los riesgos asumidos. Así, la educación financiera enseña las herramientas necesarias para tomar mejores decisiones y lograr un mejor control sobre los riesgos para alcanzar las metas que permitan mejorar el bienestar económico de las personas e instituciones (Carbajal, 2008).

La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico –OECD- (citado por Colmenero, 2015) define a la educación financiera como un proceso mediante el cual se adquiere una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros y se desarrollan las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras y mejorar su bienestar.

Para Núñez (2013), la educación financiera es transmisión de conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para que la gente pueda adoptar buenas prácticas de manejo del dinero para la generación de ingresos, gastos, ahorro, endeudamiento e inversión.

La Condusef (2012) considera a la educación financiera como un hábito que debe inculcarse desde temprana edad y ponerse en práctica día con día; estos hábitos se ven reflejados a futuro en ahorrar para cumplir una meta, hacer aportaciones voluntarias para tener un retiro más digno, contratar un seguro hoy para evitar imprevistos económicos luego, utilizar el crédito de manera responsable para no adquirir deudas personales que no se puedan pagar... educar en materia de finanzas permite tomar decisiones más informadas y adecuadas para la situación y necesidades económicas; si se quiere que una ciudad, región, país o nación cuente con personas y empresarios que gocen de salud financiera es necesario cambiar hábitos, de tal manera que permitan cumplir las metas programadas y fomentar el ahorro, el presupuesto, el crédito y seguros.

Así que la educación financiera es aquella capacidad que tiene el ser humano para administrar y desarrollar de manera correcta los conceptos y los productos financieros para una toma de decisiones más acertada en el momento de elegir su forma de allegarse del recurso financiero, para lograr el objetivo primordial de todos los empresarios: metas económicas.



5^o ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Sebstad, Cohen y Stack (2006) afirman que las mejoras en los conocimientos, habilidades y actitudes sobre temas financieros contribuyen a crear cambios en los comportamientos financieros, como ejemplo citan el elaborar un presupuesto para planificar los gastos a futuro o un plan de gastos para la administración del dinero; o recortar los gastos innecesarios; abrir una cuenta de ahorros o ahorrar regularmente o incluso negociar los términos de la compra o de la venta de un negocio y no simplemente aceptarlos tal cual los proponen.

Conceptos e indicadores

Una vez revisadas las diversas concepciones sobre educación financiera, se observa que los términos coincidentes para medirla son: ahorro, presupuesto, crédito y seguro, por lo que a continuación se definen cada uno de estos términos.

- Ahorro
Es la parte del ingreso que se guarda en el presente para usarlo en el futuro. Sirve para protegerse contra eventos inesperados y prepararse para gastos esperados del futuro (García, 2011).
- Presupuesto
Cálculo y negociación anticipada de los ingresos y egresos de una actividad económica (personal, familiar, un negocio, una oficina, un gobierno), durante un periodo, por lo general en forma anual (Sullivan y Steven, 2010).
- Crédito
Crédito es obtener y utilizar dinero que no se tiene, el cual se devolverá el monto del préstamo más un cargo adicional, llamado interés (Bancomer, 2010).
- Seguro
Es un contrato por el cual una aseguradora se obliga, mediante una prima (precio del seguro), a pagar o compensar al contratante o beneficiarios cuando ocurra un evento inesperado previamente establecido (Condusef, 2014).

Empresas turísticas

Las empresas turísticas se define como sociedad u organizaciones estructuradas en variedades de comercio, la cuales tienen como objetivo comercializar servicios profesionales que satisfagan las necesidades del turista (Barreto, 2007), conceptualizado este como toda persona que entra a un lugar distinto de aquel donde tiene fijada su residencia habitual y que permanece en él más de 24 horas y menos de 6 meses con fines de turismo y sin propósito de inmigración (Mújica, 2006).

De acuerdo a al SCIAN (Inegi, 2015), la actividad turística se clasifica en:

- a. *Transporte turístico*
Referido al transporte turístico por tierra, agua o aire con punto de salida y llegada en el mismo sitio.
- b. *Servicios artísticos y culturales* Referente a producción y prestación de espectáculos artísticos y culturales.
- c. *Museos, sitios históricos, zoológicos y similares*
Dedicadas a exhibir colecciones de carácter artístico, científico, histórico y de valor cultural.
- d. *Servicios de entretenimiento en instalaciones recreativas y otros servicios recreativos* Servicios de entrenamiento en instalaciones equipadas para actividades deportivas y otro tipo recreativo.
- e. *Servicios de alojamiento temporal* Servicio de alojamiento temporal en hoteles, cabañas, villas, campamentos y albergues recreativos.
- f. *Servicio de preparación de alimentos y bebidas*

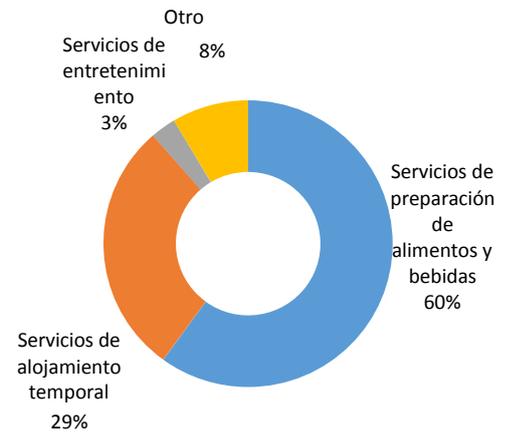


5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Preparación de alimentos y bebidas para consumo inmediato o para llevar.

Gráfico 1. Subsector



Fuente: Elaboración propia
Edad del dueño:

De las empresas encuestadas, en el 57% el dueño se encuentra en rango de edad de 36 a 45 años; el 17% de 46 a 55; 8% con más de 56 años; el 6% de 26 a 35, el 3% de 18 a 25 años y el 8% no contestó (gráfico 2).

Metodología

Para llevar a cabo el estudio, se estableció un modelo descriptivo, transversal y cualitativo; descriptivo, al identificar las características que tienen las empresas en estudio respecto a la educación financiera; transversal al llevarse el levantamiento de campo en un solo momento en el tiempo, que fue diciembre de 2015 y cualitativo, pues la medición de sus conocimientos financieros se hizo a partir de la percepción que tienen los dueños sobre estos temas, a través de una encuesta, integrada en dos apartados: el primero de identificación, con el propósito de conocer las características generales de las empresas y el segundo, sobre temas de educación financiera.

La muestra se calculó a través del muestreo probabilístico estratificado, a partir de la población total de microempresas turísticas en Hidalgo, que de acuerdo a INEGI, en 2015, era de mil 728 con más de 5 años de operación, distribuidas con mayor nivel de concentración en los municipios de Huejutla, Pachuca, Tulancingo, Tizayuca, Tula, Inxmilquipan, Mineral del Chico y Huasca. Para el caso de Tula, la muestra estratificada fue de 35 empresas, de las cuales se presentan resultados.

Resultados

La sección de resultados está estructurada en dos grandes apartados, la primera presenta la información de contexto de las empresas encuestadas y posteriormente la percepción que tienen los microempresarios en estudio sobre los conceptos que involucran a la educación financiera.

Sector

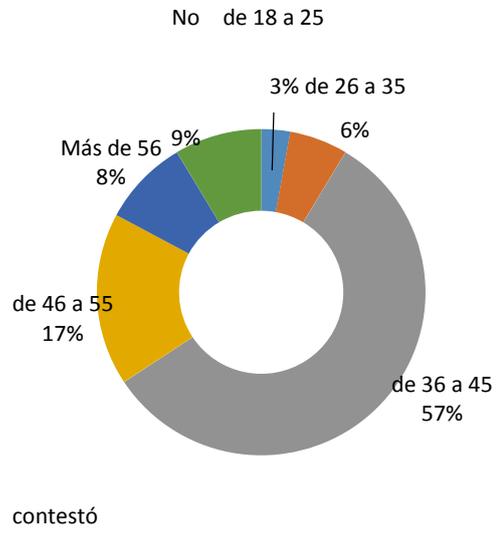
De las empresas encuestadas, el 60 se dedican a la preparación de alimentos y bebidas; el 29% a servicios de alojamiento temporal; el 3% a servicios de entretenimiento y el 8% a otros giros (gráfico 1).



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Gráfico 2. Rango de edad dueño

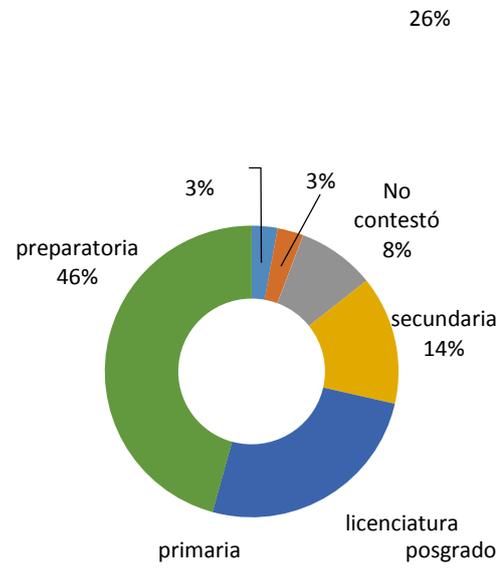


Fuente: Elaboración propia

Nivel de estudios:

De las empresas encuestadas, en el 46% el dueño tiene preparatoria concluida; en el 26% licenciatura; en el 14% secundaria; el 3% posgrado y primaria y el 8% no contestó (gráfico 3).

Gráfico 3. Nivel de estudios



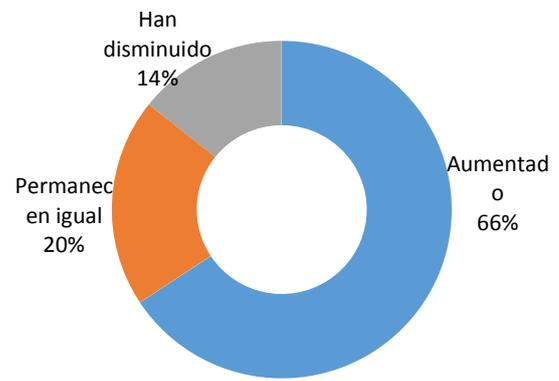
Fuente: Elaboración propia

Fuente: Elaboración propia

Crecimiento en ventas:

Respecto a su crecimiento; el 66% de los encuestados menciona que sus ventas han crecido si se comparan desde que iniciaron operaciones hasta ahora; el 20% considera que han permanecido igual y el 14% que han disminuido (gráfico no. 4)

Gráfico 4. Crecimiento en ventas





5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

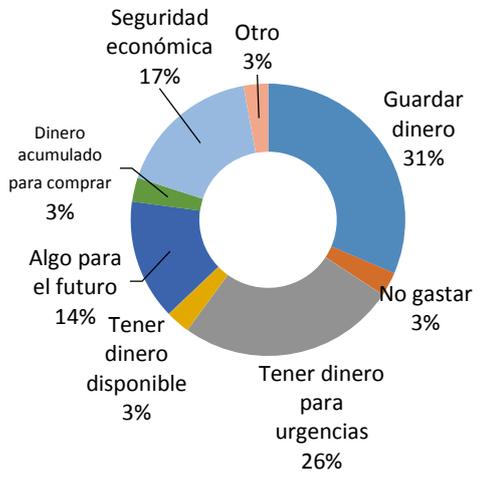
“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Gráfico 6. Sabe hacer un presupuesto...

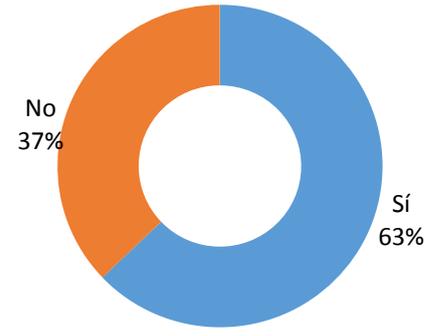
Ahorro:

En relación a la concepción del ahorro, para el 31% significa guardar dinero; para el 26% tener dinero para las urgencias; para el 17% seguridad económica; para el 14% algo para el futuro; para el 3% es dinero acumulado para comprar, tener dinero disponible o no gastar y para otro 3% otro significado (gráfico 5).

Gráfico 5. El ahorro es...



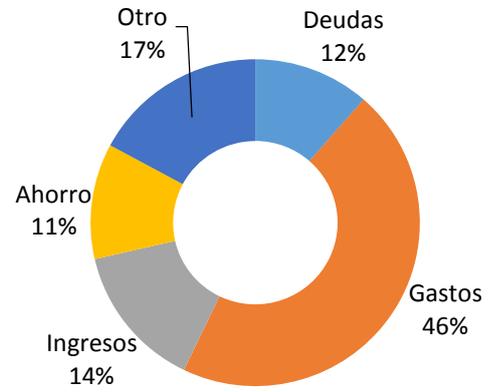
Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

Respecto al presupuesto, el 46% dice llevar registros de gastos el 14% de ingresos; el 12% de deudas; el 11% de ahorros y 17% lleva otros registros (gráfico 7).

Gráfico 7. Lleva registros de...



Fuente: elaboración propia

Presupuesto:

Del 100% de los encuestados, el 63% dijo sí saber hacer un presupuesto y el 37% restante no (gráfico 6).



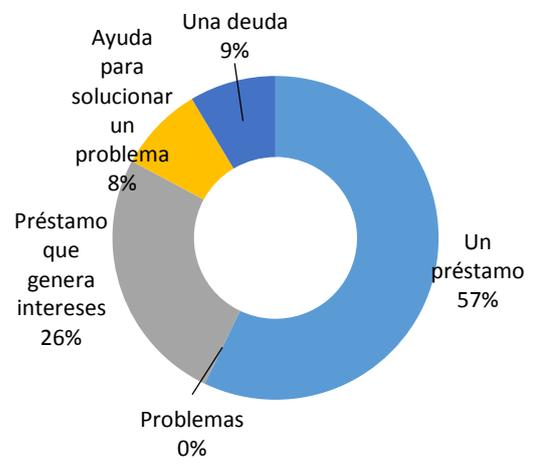
5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Crédito

Respecto al crédito, el 57% de los encuestados que un crédito es un préstamo; el 26% que es un préstamo que genera intereses; el 8% el crédito ayuda a solucionar un problema; el 9% lo considera una deuda (gráfico 7).

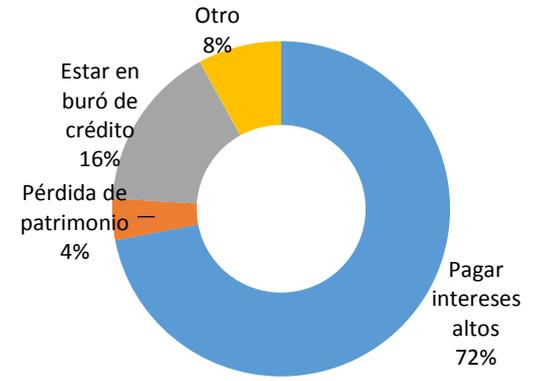
Gráfico 7. El crédito es...



Fuente de datos: elaboración propia

En cuanto a los riesgos de obtener un crédito, del 100% de los encuestados, el 72% dijo que pagar intereses altos; el 16% estar en buró de crédito; el 4% la pérdida de su patrimonio y 8% tuvieron respuestas diversas (gráfico 8).

Gráfico 8. El crédito es...

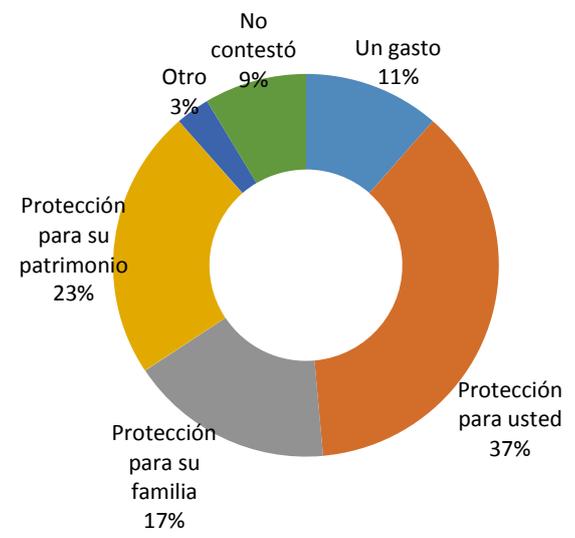


Fuente de datos: elaboración propia

Seguro

Ahora bien, en cuanto al seguro, para el 37% de los encuestados es una protección sí mismo; para el 23% es protección para su patrimonio; para el 17% es una protección para su familia; para el 11% es un gasto y para el 3% significa otra cosa. El 9% no contestó (gráfico 9).

Gráfico 9. ¿Qué es para usted un seguro?



Fuente de datos: elaboración propia



5^o ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Conclusiones

De acuerdo al objetivo planteado para este trabajo, se muestra que la actividad principal turística en la región de Tula se ubica en servicios de preparación de alimentos y bebidas y servicios de alojamiento temporal, con el 89%: el 74% de los microempresarios se ubica en un rango de edad de 36 a 55 años; el 76% tiene estudios de preparatoria y licenciatura concluidos. En cuanto a las condiciones de las microempresas, el 66% reporta crecimiento en ventas desde que iniciaron operaciones hasta ahora.

Ahora bien, respecto a su percepción de los términos financieros que indican su educación financiera, los microempresarios tienen una idea del ahorro muy variada, destacando que lo conciben como guardar dinero y tener dinero para urgencias. En cuanto al presupuesto, el 63% dice que si sabe hacer un presupuesto, que se apoya en que llevan registro de los diferentes movimientos de dinero que tienen, destacando el registro de gastos. El 83% concibe al crédito como un préstamo y el 72% reconoce que el principal riesgo de un crédito es el pago de altos intereses. Finalmente en cuanto al seguro, para el 77% es una protección, que puede ser para el empresario, para su patrimonio y para su familia.

http://www.ceede.org.pe/download/DTN9_Educacion_Financiera_Bancarizacion.pdf

Castro, F. y García, N. (2010). La educación económica y financiera en los bancos centrales de América Latina, recuperado de http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/137.pdf.

Poder Legislativo (2013). El proyecto de Ley No. 166, recuperado de http://leginfo.legislature.ca.gov/faces/billNavC1i.ent.xhtml?bill_id=201320140AB166.

Colmenero, G. (2015). ¿Qué es la educación financiera?, recuperado de <http://www.bansefi.gob.mx/Educacion%20Financiera/Pages/default.aspx>.

CONDUSEF (2012). Educación financiera. Recuperado de

Tomando como base los conceptos de ahorro, presupuesto, crédito y seguro, se observa que los microempresarios tienen concepciones cercanas a las definiciones técnicas, que haría inferir que estos conocimientos les han permitido tomar mejor decisiones financieras que les han llevado a obtener el crecimiento en ventas de sus empresas.

Sin embargo, queda cómo futuras líneas de investigación la determinación de la relación entre estos niveles de conocimiento, su grado de estudio y los niveles de crecimiento en ventas reportado por ellos.

Referencias

Bancomer (2010). Adelante con tu futuro: educación financiera. BBVA Bancomer y MIDE: México.

Barreto, M. (2007). Turismo y cultura. Pasos: España.

Carbajal, J. (2008). Educación financiera y bancarización en México, recuperado de <http://www.condusef.gob.mx/Revista/index.php/usuario-inteligente/consejos/435-educacion-financiera-por-que-es-relevante-en-tu-vida>

CONDUSEF (2014). La importancia de llevar un presupuesto. Recuperado de <http://www.condusef.gob.mx/index.php/comunicados-de-prensa/960-la-importancia-de-llevar-un-presupuesto-snef>

Diario Oficial de la Federación (2009), Acuerdo por el que se establece la estratificación de la micro, pequeñas y medianas empresas, recuperado de http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5096849&fecha=30/06/2009

Domínguez, J. (2013), Educación financiera para jóvenes: una visión introductoria, recuperado de



5^o ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

http://www2.uah.es/iaes/publicaciones/DT_05_13.pdf.

Principles in action. Pearson Prentice Hall:
USA

FAO (1997). El estado mundial de la agricultura y la alimentación, la industria y el desarrollo económico, recuperado de <http://www.fao.org/docrep/017/w5800s/w5800s.pdf>

García (2011), Características e importancia de la Educación financiera para niños, jóvenes y adultos de sectores populares de la ciudad de Oaxaca de Juárez, Recuperado de http://jupiter.utm.mx/~tesis_dig/11489.pdf

INEGI, 2015, Sistema de clasificación industrial, Recuperado de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/SCIAN/presentacion.aspx>

Kiyosaki y Lechter (2010), -Kiyosaki, Somos emprendedores grandes ideas de negocios. Recuperado de <http://sosomeprendedores.com/tag/kiyosaki>

Mújica, M. (2006). Responsabilidad social. Su inherencia con las micropyme, el turismo y las escuelas universitarias de gerencia. Universidad de Carabobo: Venezuela.

Nidia, C. H. (31 de Octubre de 2010). Banco de la República. Recuperado el 01 de enero de 2015, de <http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/137.pdf>

Núñez, L. (2013), ¿Qué es la educación financiera?, editor Instituto Mexicano de Contadores Públicos, Educación financiera, retos, lecciones y planes. (P.p. 23-67), México, editorial IMCP.

Sebstad, J., Cohen, M., Stack, K. (2006), Evaluación de resultados de la educación financiera, recuperado de http://www.bancadelasoportunidades.com.co/documentos/2_documento_de_trabajo_2_evaluacion_de_resultados.pdf.

Sullivan, A. y Steven, M.S. (201). Economics:



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Crítica al análisis financiero de la estructura y costo de capital promedio ponderado de las empresas que cotizan en el mercado de valores.

Área temática:

Administración contable y financiera en las organizaciones

Nombre Autores:

Mtro. Ricardo Cristhian Morales Pelagio
Mtra. Mónica Leticia Bazán Palacios

Institución de Procedencia:

Facultad de Contaduría y Administración
Universidad Nacional Autónoma de México

Correos y teléfonos:

pelagioricardo@hotmail.com
monicaleticia.bazan@gmail.com casa:
56588263
oficina: 56228490 ext. 135 cel:
5520865121



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Crítica al análisis financiero de la estructura y costo de capital promedio ponderado de las empresas que cotizan en el mercado de valores

Resumen: El presente trabajo tiene como objetivo criticar el uso de valores de mercado al analizar la estructura de capital y estimar el costo de capital promedio ponderado de las empresas que cotizan en los mercados de valores. Respecto al valor de la deuda y capital de accionistas, para estimar el Costo de Capital Promedio Ponderado de las empresas que cotizan en los mercados de valores su valor debe ser el del mercado, lo anterior dado que el costo del capital debe representar el costo de oportunidad sobre el valor de la inversión. Sin embargo, Esta situación puede llevar a percepciones equivocadas tanto para el inversionista como el analista financiero, ya que, aunque el endeudamiento de la empresa sea alto, si el valor del capital accionario a valor mercado en ese momento también es alto, el monto de la deuda puede parecer bajo con respecto al valor total de la empresa y el apalancamiento financiero mínimo. La consecuencia de este enfoque, es que puede subestimarse el apalancamiento o riesgo financiero real de la empresa. Los resultados de analizar 92 empresas de la Bolsa Mexicana de Valores indican que su alto apalancamiento se ve minimizado por los valores de mercado de su capital accionario, lo anterior repercute en una incorrecta percepción del riesgo financiero observado en la estructura de capital a valor mercado, ya que el riesgo se ve subestimado y no presenta la verdadera realidad financiera de la empresa.

Palabras claves: Deuda, riesgo, estructura de capital

Abstract: his paper aims to criticize the use of market values when analyzing the capital structure and estimate the cost of capital weighted average listed on securities markets companies. Regarding the value of debt and shareholders' equity to estimate the Weighted Average Cost of Capital listed on stock markets its value should be the market companies, the above as the cost of capital should represent the cost of opportunity on the value of the investment. However, this situation can lead to wrong for both the investor and financial analyst perceptions, and that although the debt of the company is high, if the value of equity at market value at that time is also high, the amount of debt may seem low compared to the total value of the company and the minimum financial leverage. The consequence of this approach is that it can underestimate the leverage or real financial risk of the company. The results of analysis of 92 companies in the Mexican Stock Exchange indicate that its high leverage is minimized by the market values of its share capital, the above affects an incorrect perception of financial risk observed in the capital structure at market value, because the risk is underestimated and does not present the true financial situation of the company.

Palabras claves: Debt, risk, capital structur

Introducción

El presente trabajo tiene como objetivo criticar el uso de valores de mercado al analizar la estructura de capital y estimar el costo de capital promedio ponderado de las empresas que cotizan en los mercados de valores. También busca reflexionar acerca de lo engañoso que puede resultar basar el análisis financiero en valores de mercado, puesto que estos pudieran estar sesgados y manipulados, y por tanto, generar falsas expectativas a los mercados y economía en general, sobre todo acerca del riesgo financiero de las empresas.

Uno de los principales problemas al analizar y evaluar el

financieros, es que se consideran los valores de mercado para estimar su apalancamiento y estructura de capital. Lo anterior, debido a que los valores de mercado del capital de accionistas minimizan el nivel de deuda y apalancamiento de la empresa al sobreestimar el valor del capital de accionistas por expectativas sin fundamento.

Es necesario precisar, que la estructura de capital a valor mercado es la verdadera decisión de financiamiento de la empresa, es decir, efectivamente el capital invertido obtenido ya sea mediante deuda y/o capital de accionistas. Mientras que la estructura de capital a valor mercado, representa el valor que le asigna el mercado tanto al capital

riesgo en las empresas que cotizan en mercados

como a la deuda, por lo que no representa más que lo que



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

el mercado está dispuesto a pagar por los montos invertidos de capital.

En la primera sección se describe brevemente qué es la estructura y costo de capital promedio ponderado, además de mencionar la diferencia entre valor de mercado y valor en libros y sus implicaciones en el análisis financiero. En la segunda sección se menciona cuál es la postura teórica acerca de la estructura de capital y el por qué las empresas que cotizan en mercados de valores utilizan esta fuente de financiamiento, aun cuando disponen de recursos suficientes propios para financiar sus inversiones. En la tercera sección se hace un comparativo por sector de los valores de mercado y en libros de la estructura de capital de las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores. Por último, en la cuarta sección, a manera de cierre se hacen unas consideraciones finales.

Teoría acerca de la estructura de capital

A partir de las investigaciones de Modigliani y Miller (1958 y 1963), la evolución acerca de la estructura de capital y su relevancia en el valor de la empresa ha llevado la investigación y discusión hasta dos posturas antagónicas. Por un lado, se encuentra la teoría de jerarquía de preferencias que considera que las empresas siguen un orden en sus fuentes de financiamiento, es decir, primero utiliza recursos internos y luego deuda. Por otro lado, la teoría del equilibrio o *trade off* considera que las empresas buscan un determinado nivel de deuda en su estructura de capital, el cual maximiza su valor.

Aunque, como afirma Myers (2001), no hay una teoría universal acerca de la elección de financiamiento vía deuda o capital accionario y no hay razón para esperar que exista una, ya que podemos esperar que en determinados mercados, períodos y circunstancias, se encuentre razón o validez, ya sea parcial o total, acerca de cada una de las teorías respecto a la estructura de capital de las empresas; lo cierto es que las empresas que cotizan o se encuentran listadas en mercados de valores, casi la totalidad utiliza la emisión de deuda en gran medida para financiar sus inversiones.

Al respecto, Mongrut, Fuenzalida, Pezo y Teply (2010), encuentran evidencia a favor de la estructura de capital objetivo en Latinoamérica, y argumentan que el resultado de las investigaciones dependerá de la muestra de empresas ya que, por ejemplo, las empresas que cotizan en

mercados de valores, poseen más acceso al financiamiento que las empresas pequeñas y medianas, y pueden alterar con mayor facilidad su estructura de capital.

En función a esta postura, existen diversos autores representativos respecto a la valuación de empresas como Damodaran (2006), que son partidarios de la utilización del financiamiento vía deuda, independientemente que la empresa necesite los fondos o no, ya que existirá una combinación de financiamiento entre deuda y capital de accionistas que generará un mayor beneficio o valor a los accionistas.

Este planteamiento teórico, lleva a la justificación del por qué las empresas que cotizan en bolsa se endeudan o mantienen un determinado nivel de deuda en el tiempo. No sólo es porque tienen acceso a instrumentos de deuda con tasas de interés más bajas y por la ventaja de la deducibilidad de impuestos, sino porque de acuerdo a una parte de la teoría financiera, el valor de su capital accionario será mayor. Aun cuando la deuda sea mayor, si ésta es capaz de generar valor, es decir, que las inversiones que con ella se financien sean capaces de pagar el interés y principal, además de un rendimiento, el beneficio será para el accionista.

El razonamiento anterior fue el que promovió las compras apalancadas (LBO, por sus siglas en inglés), en las cuales se buscaba financiar la compra o adquisición de otra empresa utilizando únicamente deuda. Estas operaciones riesgosas fundamentadas por la postura teórica mencionada, llevaron a varias empresas a someterse a un gran riesgo financiero, arrastrándolas a resultados catastróficos.

Respecto al valor de la deuda y capital de accionistas, para estimar el CCPP de las empresas que cotizan en los mercados de valores, Damodaran (2006), Myers (2001) y Pinto, Henry, Robinson y Stowe (2007), mencionan que el valor debe ser el del mercado, lo anterior dado que el costo del capital debe representar el costo de oportunidad sobre el valor de la inversión.

La estructura y costo de capital promedio ponderado

La determinación de la estructura de capital y la estimación del costo de capital promedio ponderado (CCPP) es



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

fundamental para el análisis financiero de las empresas, dado que permite evaluar el riesgo y el rendimiento necesario para determinar la generación de valor, así como el valor mismo de la empresa. Por un lado, el CCPP es la tasa de descuento utilizada para traer a valor presente los flujos de efectivo esperados de la empresa, con el objetivo de estimar su valor en función de ellos. Por otro lado, el CCPP indica cuál debe ser el rendimiento mínimo del capital invertido, para así aceptar proyectos cuya rentabilidad sea la adecuada para la generación de valor.

El CCPP, generalmente llamado costo de capital, se deriva de la estructura de capital de la empresa, la cual indica qué cantidad y porcentaje del capital total es por capital de accionistas y cuánto por deuda. Esta información es clave, ya que permite conocer cuál es el apalancamiento financiero de la empresa al dividir la deuda entre el capital de accionistas. Lo anterior, es considerado un indicador del riesgo financiero de la empresa, el cuál es indispensable tanto para la estimación de la tasa de interés que debe pagar la empresa por su deuda, es decir, el costo de la deuda, como para la estimación del rendimiento mínimo esperado o requerido por el capital de accionistas, o sea, el costo del capital de accionistas.

Para empresas que cotizan en mercados de valores, la deuda y el capital de accionistas se consideran a valor mercado a la hora de estimar su CCPP, y sus valores y proporciones pueden ser muy diferentes a los valores registrados en libros o estado de situación financiera. Es prudente precisar que el valor de mercado del capital de accionistas y deuda, es aquel que los inversionistas asignan o están dispuestos a pagar por los títulos de las empresas en los mercados bursátiles. Cuando se refiere al valor en libros o contable de la deuda y capital de accionistas, se refiere al financiamiento de la inversión en activos por parte de estas dos fuentes de recursos.

Esta situación puede llevar a percepciones equivocadas tanto para el inversionista como el analista financiero, ya que, aunque el endeudamiento de la empresa sea alto, si el valor del capital accionario a valor mercado en ese momento también es alto, el monto de la deuda puede parecer bajo con respecto al valor total de la empresa y el apalancamiento financiero mínimo. La consecuencia de este enfoque, es que puede subestimarse el apalancamiento o riesgo financiero real de la empresa, inclusive, subestimar la estimación de costos financieros, debido a que en el análisis del costo de capital de accionistas mediante el modelo de valuación de activos financieros (CAPM, por sus siglas en inglés), la razón de apalancamiento deuda entre capital de accionistas se considera a valor mercado.

Por tanto, cuando el capital accionario de las empresas se incrementa injustificadamente o sobrevalúa en los mercados bursátiles o de valores, no sólo representa un engaño para los inversionistas al tener un valor alto en el mercado por la especulación inmoral, sino que también subestima el nivel de endeudamiento de la empresa y minimiza el riesgo financiero real de la misma. Entre mayor sea la diferencia entre el valor en libros y el valor mercado del capital de accionistas, mayor es el peligro de caer en la situación anterior, por lo que resulta necesario considerar lo anterior en el momento de analizar la empresa y emitir una opinión respecto al desempeño y comportamiento de la misma.

Metodología

Para el año 2016, de acuerdo a la información en la página de internet de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), existen 137 empresas que emitieron acciones en el mercado accionario mexicano. De acuerdo a la clasificación sectorial de la BMV, el número de empresas por sector se encuentra especificado de la siguiente manera: 1 en el sector de energía, 31 en el sector industrial, 24 en el sector materiales, 22 del sector de productos de consumo frecuente, 5 en el sector salud, 9 en el sector de servicios de telecomunicaciones, 26 en el sector servicios financieros y 19 en el sector servicios y bienes de consumo no básico.

Después de eliminar al sector de servicios financieros por no ser objeto del presente trabajo y tener un tratamiento de análisis diferente al de empresas comerciales, industriales y de servicios no financieros, además de no considerar a las empresas actualmente suspendidas, ADR de empresas extranjeras y Fondos Inmobiliarios de Bienes raíces (FIBRAS), al final se consideró una muestra de 92 empresas clasificadas en los siguientes sectores y ramos:

Cuadro 1. Número de empresas del sector Servicios y bienes de consumo no básico, y Productos de consumo frecuente por su ramo

| Sector | Ramo | No. | Sector | Ramo | No. |
|--------|--------------------------------------|-----|--------|-----------|-----|
| | Bienes de consumo doméstico duradero | 1 | | Alimentos | 8 |



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

| | | | | | |
|---|---------------------------------------|-----------|--------------------------------|--------------------------------------|-----------|
| Servicios y bienes de consumo no básico | Componentes de automóviles | 1 | Productos de consumo frecuente | Bebidas | 5 |
| | Hoteles, restaurantes y esparcimiento | 8 | | Productos domésticos | 1 |
| | Textil, confección y bienes de lujo | 1 | | Venta de productos consumo frecuente | 5 |
| | Ventas especializadas | 2 | | Total | 19 |
| | Ventas multilínea | 2 | | | |
| | Total | 15 | | | |

Fuente: elaboración propia con información de la BMV

Cuadro 3. Número de empresas del sector Energía y Servicios de telecomunicaciones por su ramo

| Sector | Ramo | No. | Sector | Ramo | No. |
|---------------------------------|--|----------|---------|--------------|----------|
| Servicios de telecomunicaciones | Medios de comunicación | 5 | Energía | Energía | 1 |
| | Servicios de telecomunicaciones diversos | 2 | | Total | 1 |
| | Servicios de telecomunicaciones inalámbricas | 1 | | | |
| | Total | 8 | | | |

Fuente: elaboración propia con información de la BMV

Los valores de mercado del capital accionario se toman los reportados por la Bolsa Mexicana de Valores a través del indicador de capitalización bursátil. Mientras que los valores de la deuda y del capital de accionistas invertido se consideran los reportados por las empresas en sus estados financieros. Por deuda se entiende todos los pasivos como costo financiera tanto a corto como a largo plazo.

Resultados y Discusión

Partiendo de la muestra, en los cuadros 4 y 5, se muestran los valores del capital total de las empresas por sector, tanto en libros como a valor mercado, así como el porcentaje que representan la deuda y el capital de accionistas en cada caso. Se indica en la primera columna de cada cuadro cuántas empresas representan a cada sector.

Cuadro 2. Número de empresas del sector industrial, Salud y Materiales por su Ramo

| Sector | Ramo | No. | Sector | Ramo | No. |
|--------------|-------------------------------------|--------------|------------------------|---------------------------------|----------|
| Industrial | Comercialización y distribución | 1 | Salud | Equipo médico y medicamentos | 3 |
| | Construcción de viviendas | 3 | | Servicios médicos | 1 |
| | Construcción e ingeniería | 5 | | Total | 4 |
| | Controladoras | 5 | Sector Ramo No. | | |
| | Desarrollos inmobiliarios | 3 | Materiales | Fabricación y comercialización | 3 |
| | Infraestructura de transportes | 3 | | Materiales de construcción | 3 |
| | Líneas aéreas | 2 | | Metales y minería | 4 |
| | Productos para la construcción | 2 | | Productos de vidrio y plástico | 2 |
| | Suministros y servicios comerciales | 2 | | Productos madereros y papeleros | 2 |
| | Transporte marítimo | 1 | | Productos químicos | 4 |
| Total | 27 | Total | | 18 | |

Fuente: elaboración propia con información de la BMV

Cuadro 4. Monto del capital total a valor en libros y su proporción de deuda y capital de accionistas de los sectores de las empresas que cotizan en la BMV en junio 2016

| No. | Empresas Sector | Monto del Capital total | Porcentaje del monto de capital total | |
|-----|----------------------------------|-------------------------|---------------------------------------|------------------------|
| | | | deuda | capital de accionistas |
| 1 | Energía | 55,343 | 25.85% | 74.15% |
| 18 | Materiales | 1,318,933 | 43.65% | 56.35% |
| 27 | Industrial | 866,813 | 49.27% | 50.73% |
| 19 | Productos Consumo Frec. | 1,361,464 | 33.95% | 66.05% |
| 4 | Salud | 31,289 | 24.53% | 75.47% |
| 15 | Serv. y bienes consumo no básico | 408,881 | 52.16% | 47.84% |
| 8 | Servicio de telecomunicaciones | 1,254,075 | 70.66% | 29.34% |

Fuente: Economática. Las cifras se encuentran en millones de pesos corrientes

Cuadro 5. Valor de mercado del capital total y su proporción de deuda y capital de accionistas de los sectores de las empresas que cotizan en la BMV en junio 2016



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

| No. | Empresas Sector | Valor de mercado del capital total | Porcentaje del valor de mercado | |
|-----|----------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|------------------------|
| | | | deuda | capital de accionistas |
| 1 | Energía | 103,198 | 13.86% | 86.14% |
| 18 | Materiales | 1,596,222 | 36.07% | 63.93% |
| 27 | Industrial | 1,441,226 | 29.63% | 70.37% |
| 19 | Productos Consumo Frec. | 3,255,105 | 14.20% | 85.80% |
| 4 | Salud | 59,719 | 12.85% | 87.15% |
| 15 | Serv. y bienes consumo no básico | 679,391 | 31.39% | 68.61% |
| 8 | Servicio de telecomunicaciones | 2,034,734 | 43.55% | 56.45% |

Fuente: Economática. Las cifras se encuentran en millones de pesos corrientes

Como se observa al comparar los cuadros 4 y 5, la deuda es menor con respecto al valor de mercado del capital total de la empresa (deuda más capital de accionistas) en todos los sectores de las empresas de la BMV, lo anterior producto de ser mayor el valor del capital de accionistas a valor mercado. Es destacable como a excepción del sector materiales, en todos los sectores la proporción que representa la deuda a valor en libros se reduce alrededor de la mitad cuando se determina la proporción considerando el valor de mercado. Inclusive, en algunos sectores se encuentran empresas en casos mucho más drásticos de lo que representa el sector.

Por ejemplo, en el sector servicio de telecomunicaciones, la empresa América Móvil, del total de capital invertido a valor en libros de 932 141 millones de pesos, el 76.63 por ciento es financiado por deuda, mientras que si se compara su monto de deuda con respecto al valor de mercado del mismo capital, la deuda solo representa el 49.27.07 por ciento. Es decir, la proporción de la deuda se reduce a menos de la mitad, derivado de las expectativas de generación de valor a futuro que se tienen de la empresa y no por una cuestión presente y forzosamente real.

Otro caso importante es el de Kimberly Clark México, que se encuentra dentro del sector de productos de consumo frecuente, de un total de capital invertido a valor en libros de 26 055 millones de pesos, el 83.16 por ciento es financiado vía deuda, pero si se compara esta deuda con el valor que le asigna el mercado al capital total de la empresa, la proporción de la deuda es de sólo 14.32 por ciento. Si bien podrían argumentar que la capacidad de generación de flujos de efectivo y valor a futuro justificaría esta situación, lo cierto es que un evento interno o externo que cambiara de forma abrupta las expectativas del sector o la empresa, dejaría a ésta en una situación financiera

difícil por su alto nivel de deuda; esto sin considerar que el valor de mercado de capital de accionistas podría estar sobrevaluado derivado de la especulación existente en el mercado accionario mexicano.

Para complementar la información y explicación anterior, se presenta en el cuadro 6, las razones de apalancamiento financiero (deuda entre capital de accionistas) a valor en libros y a valor mercado por sector, con el objetivo de ver la diferencia entre ambos.

Cuadro 6. Razón de apalancamiento financiero a valor en libros y mercado de los sectores de las empresas que cotizan en la BMV en junio 2016

| No. | Empresas Sector | Deuda entre capital de accionistas | |
|-----|----------------------------------|------------------------------------|---------------|
| | | Valor en libros | Valor mercado |
| 1 | Energía | 0.35 | 0.16 |
| 18 | Materiales | 0.77 | 0.56 |
| 27 | Industrial | 0.97 | 0.42 |
| 19 | Productos Consumo Frec. | 0.51 | 0.17 |
| 4 | Salud | 0.33 | 0.15 |
| 15 | Serv. y bienes consumo no básico | 1.09 | 0.46 |
| 8 | Servicio de telecomunicaciones | 2.41 | 0.77 |

Fuente: Economática. Las cifras se encuentran en millones de pesos corrientes

Como se observa, el apalancamiento financiero considerando el valor en libros es mucho mayor que el calculado con los valores del mercado, por lo que el valor de mercado del capital de accionistas oculta el verdadero riesgo financiero que representa la empresa, además de que el cálculo del costo de capital accionario y CCPP no refleja tampoco esta situación. Esto, sólo contribuye a incrementar la volatilidad y la incertidumbre en los mercados financieros, así como la especulación en los precios de los activos. Resulta importante destacar, como en los sectores de servicio de telecomunicaciones, productos de consumo frecuente, industrial y de servicios y bienes de consumo no básico, el apalancamiento financiero disminuye significativamente cuando se considera a valor mercado, ocultando verdaderamente el gran endeudamiento de las empresas para el financiamiento de sus inversiones.

Pero lo peor, es que en el periodo 2000-2016 la tasa de crecimiento compuesta anual (TCCA) de la deuda de las empresas de estos sectores ha sido de un 10.08 por ciento en términos reales. Los sectores con un mayor incremento de su deuda en el periodo fueron los de servicios de telecomunicaciones, productos de consumo frecuente y



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

servicios y bienes de consumo no básico, cuya TCCA fue de 20.43, 13.88 y 10.71 por ciento respectivamente. Esta tendencia y sus niveles de deuda los ponen en una situación muy vulnerable en caso de agudizarse la recesión económica o experimentar otra crisis financiera, dada la carga financiera significativa que poseen.

Este comportamiento de la deuda, se ha visto minimizado debido al crecimiento compuesto anual del valor de mercado del capital de accionistas durante el mismo periodo. La TCCA del valor de mercado del capital de accionistas de las empresas de estos sectores fue de 11.53 por ciento en términos reales, destacando los sectores de servicio de telecomunicaciones e industrial con tasas de 13.34 y 14.22 por ciento respectivamente.

Conclusiones y trabajos futuros

La crisis global del 2008 fue producto de la especulación e ineficiencia de los mercados financieros. Una lección aprendida de ésta, fue que el mercado muchas veces se equivoca y está sesgado para favorecer a los intereses de los grandes capitales financieros. Por esta razón, es conveniente ser cautelosos a la hora de tomar información del mercado para realizar el análisis financiero de las empresas, debido a que mucha de esta información puede ser falsa y llevarnos a dar opiniones o tomar decisiones equivocadas.

Desde el año 2008, vemos cómo los precios de las acciones, *commodities* y activos financieros en general experimentan una alta volatilidad, cambiando de precio drásticamente en días, minutos o segundos. Lo anterior, además de llevarnos a reflexionar acerca de qué tan rápido y qué tanto puede llevar a cambiar un activo su valor, nos hace pensar en lo limitado y frágil que puede resultar el análisis financiero cuando se confía totalmente en la información que nos proveen los mercados financieros.

Como se mencionó en el presente artículo, el endeudamiento de las empresas se ha ido incrementando paulatinamente y debido a sus valores de mercado puede que no se le haya dado la importancia debida al riesgo que representa su deuda. En el presente momento de alta turbulencia financiera, esto debería representar un foco rojo para las principales empresas del país y que cotizan en los mercados de valores.

Referencias bibliográficas

- Damodaran, A. (2006), *Damodaran on valuation*, John Wiley & Sons, New Jersey.
- Ehrhardt, M. y E. Brigham (2007), *Finanzas Corporativas*, 2ª ed. Cengage learning, D.F.
- Fernández, P., (2013), *Valoración de empresas: como medir y gestionar la creación de valor*, tercera edición, Gestión 2000, Barcelona.
- Modigliani F., y M. Miller (1958), *The cost of capital corporation finance and the theory investments*, *American Economic Review*, Vol. 48, No. 3 (Jun., 1958), pp. 261-297.
- Modigliani, F., y M. Miller (1963), *Corporate income taxes and the cost of capital: a correction*, *The American Economic Review*, Vol. 53, No. 3 (june), pg. 433-443.
- Mongrut, S., Fuenzalida, D., Pezo, G. y Teply, Z. (2010), *Explorando teorías de estructura de capital en Latinoamérica*, *Cuadernos de Administración*, Vol. 23, No. 41, 163-184.
- Myers, S. C. (2001), *Capital Structure*, *The Journal of Economic Perspectives*, Vol. 15, No. 2, pp. 81-102.
- Pinto J., Henry E., Robinson T. y J. Stowe (2007), *Equity Asset Valuation*, Wiley & Sons, second edition, New York.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Estructura organizacional en las pequeñas y medianas empresas

Área temática:

Administración contable y financiera en las organizaciones

Nombre Autores:

Ing. Leticia Aguilar Arcos y M. en I.F. Gisela Janeth Espinosa Martínez

Institución de Procedencia:

Tecnológico de Estudios Superiores de Coacalco

Correos y teléfonos:

leticia.aguilar.arcos@gmail.com

gespinosam@yahoo.com.mx

5513372333



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Estructura organizacional en las pequeñas y medianas empresas

Resumen: Este avance de investigación, es referente a la estructura ineficiente que tienen las pequeñas empresas que se están incorporando al mercado y no cuentan con una cultura organizacional que los identifique y mucho menos una planeación de la delimitación de su organización. El objetivo es generar una estrategia eficiente para fortalecer la cultura y organización en las pymes. Desarrollando una buena planeación de la estructura para delimitar mejor las funciones y se genere una cultura organizacional adecuada, para el caso de una pequeña empresa que se tiene como estudio, en la cual se utilizó un instrumento de 18 ítems con una escala de Likert de 5 niveles, en dicha investigación se busca qué es lo que tiene qué mejorar la empresa comercializadora de empaque y embalaje que se tomó como estudio de caso.

Abstract: This research development is related to the inefficient structure that small companies are entering the market and do not have an organizational culture that identifies much less a planning division of your organization. The analysis aims to generate an efficient strategy to strengthen the culture and organization in SMEs. Developing good planning of the structure to better define the functions and appropriate organizational culture is generated, in the case of a small company that has as its study, which will use a Likert scale, where items help provide it you have to improve the marketing company of packaging and packaging which was taken as study.

Palabras claves: Cultura, estructura y pymes.

Introducción

La caracterización de las pymes en México, está relacionada con empresas que generan bajo valor agregado y que tienen una estructura ineficiente, es decir no son competitivas y no sólo se trata del tamaño ni del número de empleados. Estas limitaciones profundizan algunas fallas en la cultura organizacional.

Para efectos de este avance de investigación, en la sección 2 se muestra un marco actual e histórico de la cultura organizacional, así como algunos componentes y el desarrollo del marco teórico y referencial con los tipos de culturas y estructuras más comunes. En la sección 3 se muestra el método utilizado para el desarrollo del trabajo. En la sección 4 se muestra los resultados y análisis de los hallazgos realizado en el caso de estudio de una comercializadora de empaque y embalaje con una estructura pequeña y para concluir la sección 5 se conforma de las conclusiones y recomendaciones.

Teoría del dominio y trabajos previos

Las organizaciones de cualquier tipo y tamaño están integradas por personas. El comportamiento organizacional, como temática se refiere a todo lo relacionado con las persona en el ámbito de las organizaciones desde su máxima conducción hasta el nivel

base, las personas actuando solas o grupalmente, el individuo desde su propia perspectiva hasta el individuo en su rol de jefe o directivo, los problemas y conflictos y los círculos virtuosos de crecimiento y desarrollo. Todo esto y mucho más implican el comportamiento de las personas que integran una organización (Alles, 2007). Podemos decir que se considera a la cultura organizacional como la recolección emocional, mental y espiritual en el que conjuntamente se involucran las creencias, valores, costumbres, relaciones, lenguaje, ideas, intereses, símbolos y metodología de quienes lo conforman.

Para que una empresa se considere altamente competitiva a diferencia de otras deben tener en consideración tradiciones, normas y suposiciones en virtud del conocimiento, aceptación y vivencia interna de cada empleado.

Estos componentes se abordan para asegurar la creación de empresas altamente competitivas de forma integral, entendiendo su importancia e impacto en cada resultado que se obtenga a nivel empresarial a través de dos aspectos (Guiarratana, 2008):

- El proceso de cambio, ya que la cultura es la que mantiene el equilibrio entre estabilidad y cambio.
- La productividad, ya que un modelo cultural debe crear, promover y permitir el alto rendimiento y la competitividad dentro del mejor clima laboral.

Con estos puntos puedo decir que cuando las personas trabajan en sociedades y culturas que difieren de las suyas



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

propias se multiplican los problemas que enfrentan al abarcar un solo conjunto de culturas por el número de conjuntos culturales que se encuentran en cada mercado. La estructura organizacional, es el marco en el que se desenvuelve la organización, de acuerdo con el cual las tareas son divididas, agrupadas, coordinadas y controladas, para el logro de objetivos. Desde un punto de vista más amplio, comprende tanto la estructura formal (que incluye todo lo que está previsto en la organización), como la estructura informal (que surge de la interacción entre los miembros de la organización y con el medio externo a ella) dando lugar a la estructura real de la organización.

En general es posible identificar al menos, dos subsistemas culturales en la organización:

- La cultura formal: que consiste en expresiones idealizadas de lo que debería ser, los valores, creencias y comportamientos de los miembros.
- La cultura informal: contiene dichos comportamientos tal y como son en realidad.

Estas dos culturas a veces chocan entre sí con la cultura general de la organización, hay varios aspectos que son necesarios tener en cuenta como:

- La endogamia cultural, se produce cuando no hay intercambio formal o informal entre las culturas.
- Los choques entre subculturas, aunque sea deseable una sana tensión entre las mismas, si se torna muy pronunciada, se vuelven nociva y puede suponer un problema.
- La exclusividad, cuando la subcultura asume los requisitos de los clubes selectos, imponiendo restricciones para poder pertenecer a ellos, exclusiones arbitrarias de algunos individuos, etc.
- Las jerarquías subculturales, en el caso de que los valores de las subculturas tengan prioridad, sobre los valores compartidos de la empresa.

El tema de cultura corporativa, es tan amplio y complejo que resulta difícil elaborar una relación completa de los elementos que la componen. En sentido restringido, se hablaría de todo el conjunto de normas, estructuras, creencias, valores, símbolos, costumbres, etc., que la conforman pero resultaría un estudio muy parcial de ahí que se distinguen factores internos o externos.

- Factores externos: no forman parte de la organización, sino de su entorno, entre ellos destacamos clientes, proveedores, competidores asociaciones, ciudadanos, gobiernos, sociedad en general y accionistas.

- Factores internos: fundadores: las primeras personas de las que surgió la idea de formar la empresa, es decir, ponen los cimientos de la cultura de cómo debe ser su organización y con sus propios y personales paradigmas culturales proporcionando los principios básicos y objetivos de la organización, su mentalidad y experiencia, etc. (HERNÁNDEZ, 2015).

La cultura de una sociedad comprende los valores compartidos, hábitos, usos y costumbres, códigos de conducta, tradiciones y objetivos que se aprenden de las generaciones anteriores, que son impuestos por los miembros actuales de la sociedad y que son transmitidos sucesivamente a las nuevas generaciones. Las generaciones más viejas tratan de que las más jóvenes se adapten a sus patrones culturales, pero éstas se resisten y reaccionan provocando con ello cambios y transformaciones graduales. Estas actitudes, códigos de conducta y expectativas, comunes y compartidos, servirán para guiar y controlar subconscientemente ciertas normas de conducta. (Chiavenato, 2004).

Las generaciones más viejas tratan de que las más jóvenes se adapten a sus patrones culturales, pero éstas se resisten y reaccionan provocando con ello cambios y transformaciones graduales. Estas actitudes, códigos de conducta y expectativas, comunes y compartidas, servirán para guiar y controlar subconscientemente ciertas normas de conducta.

En otras palabras, la cultura consiste en patrones comunes de comportamiento que se aprenden de los miembros de una determinada sociedad, lo cual represente el etilo particular de vida en un grupo específico de personas, con los autores antes citados podemos describir que la cultura es:

- La cultura se aprende, no es innata.
- Los diversos aspectos de la cultura están interrelacionados.
- La cultura se comparte.
- La cultura define los límites de diferentes grupos. La cultura de una organización se manifiesta en los valores y principios que transmiten y practican sus líderes, (se requiere fomentar un buen liderazgo) en las actitudes y comportamientos de sus empleados, en las normas, políticas éticas, en la “química” de su ambiente de trabajo y en las historias que acontecen en la organización. (Lussier, 2006).

Entonces podemos mezclar la definición de Chiavenato con Lussier y decir que cultura organizacional es el



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

conjunto de creencias, valores, costumbres y prácticas de un grupo de personas que forman una organización, y que es sinónimo de “clima” cabe destacar que este contexto lo marca la personalidad del fundador o dueño de la empresa, aunque con el paso de generaciones puede sufrir cambios debido a la nueva integración e ideales de los sucesores de dicha organización. La cultura corporativa refleja generalmente los valores del fundador o fundadores y la misión de la empresa. Además le proporciona un sentido de identidad, es decir la razón de ser de la empresa con la interrogante de que es lo que somos que hacemos a donde queremos llegar, que se representa, con estos datos culturales podemos saber la orientación dominante de la empresa.

La cultura corporativa tiene dos características distintas: intensidad e integración.

- La Intensidad Cultural, se refiere al grado en que los miembros de una entidad aceptan las normas, los valores u otro contenido cultural relacionado con la unidad. Esta aceptación muestra la profundidad de la cultura. Las organizaciones con normas solidas que fomentan un valor específico, tienen culturas intensivas, en tanto que las nuevas empresas (o las que están en transición) poseen culturas más débiles, menos intensivas. Los empleados de una cultura intensiva muestran un comportamiento congruente, es decir, tienden a actuar de manera similar con el paso del tiempo.
- La Integración Cultural, es el grado en que las unidades de una organización comparten una cultura en común, lo cual implica la amplitud de la cultura. (Longenecke, Moore, & Petty, 2001).

Cada sociedad considera que su cultura es superior a la de los demás (etnocentrismo) y que en sus intentos para introducir “el estilo alemán” o “el estilo japonés” encuentren una férrea resistencia. Para evitar la conducta etnocéntrica hay que conocer y comprender la cultura del país en que se trabajará, y ello se alcanza estudiando los elementos de la cultura. (VALENCIA, 2001).

A continuación en el cuadro 1.1 y 1.2 Componentes Culturales, se muestra dos listados representativos de la forma de pensar y que pueden ayudar a identificar de manera más objetiva los elementos de la cultura.

| CUADRO 1.1 COMPONENTES CULTURALES | |
|--|---|
| Herskovits (1972) | Características |
| <ul style="list-style-type: none"> • Estética. • Actitudes y creencias. • Religión. • Cultura materialista. • Educación. • Idioma. • Organización social. • Características legales. • Estructuras políticas. | <ul style="list-style-type: none"> • Arte, folklore, música. • Actitudes hacia el tiempo. • Actitudes hacia logros y trabajo. • Ética en el trabajo. • Tecnología, cultura tecnológica. • Indicadores educativos, mezcla educativa y fuga de cerebros. • Lenguas extranjeras. • Parentesco, familia, responsabilidad, asociaciones, y movilidad. • Impuestos, leyes y aranceles. • Ideología, privatización, estabilidad del gobierno y proteccionismo. |

Fuente de elaboración propia con datos de (Herskovits y Rugman, 2001).

| CUADRO 1.2 COMPONENTES CULTURALES | |
|---|--|
| Rugman y Hodgetta (1977) | Características |
| <ul style="list-style-type: none"> • Lenguaje. • Valores y actitudes. • Costumbres y modales. • Cultura material. • Estética. • Educación. • Religión. | <ul style="list-style-type: none"> • Idiomas. • Valores en el trabajo, competencia, actitudes hacia el extranjero. • Indicaciones de cómo deben hacerse las cosas; y la forma de realizarlas. • Tecnologías, infraestructura económica social, financiera. • Arte, folklore, música, literatura. • Índices educativos, mezcla de la educación, infraestructura. • Estilos de vida, creencias, valores, comportamientos. |

Fuente de elaboración propia con datos de (Herskovits y Rugman, 2001).

Con estos cuadros comparativos podemos decir que ambos autores coinciden con dichos componentes como son: El lenguaje, siendo este un elemento esencial de la cultura por ser el medio principal con que se transmite información e ideas. Los valores y actitudes son convicciones básicas que se tienen respecto a lo que es bueno o es malo, correcto o incorrecto, importante e intrascendente; una actitud es una tendencia persistente a determinados sentimientos y actitudes. También las costumbres y modales son prácticas comunes o establecidas; los modales son los comportamientos que se juzgan correctos en una sociedad particular. Las costumbres indican cómo deben de hacerse las cosas; los modales son la forma de realizarlos. Y la cultura materialista está constituida por los objetivos que las personas producen. Cuando se estudia este elemento se examina como las personas hacen las cosas (tecnología) quiénes la hacen y por qué (la economía de la situación). Otro punto más de coincidencia es la estética, la cual se refiere a los gustos culturales de una determinada sociedad. Los valores estéticos influyen en el comportamiento y es necesario que se conozcan si se desea apreciar otra cultura. Así mismo, la educación se concibe como cualquier parte



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

del proceso de aprendizaje que permite a una persona tomar lugar en la sociedad adulta. Los altos índices de educación favorecen la productividad económica y los avances tecnológicos; la educación contribuye asimismo a proporcionar la infraestructura necesaria para desarrollar el talento administrativo.

Una cultura corporativa se dice que tiene dos características distintas: intensidad e integración, donde la primera, es saber cómo va hacer su comportamiento de los empleados al aceptar las normas, valores, compromisos y demás. La segunda es cuando comparten una cultura común, pero están de una forma jerárquica orientada hacia el poder (THOMAS L. WHEELLEN, 2007).

Las organizaciones con una cultura dominante y penetrante están controladas jerárquicamente y ordenadas hacia el poder, como una unidad militar, y tienen culturas altamente integradas todos los empleados tienden a mantener los mismos valores y normas culturales. En contraste, una empresa que está estructurada en diversas unidades por funciones o divisiones muestra generalmente algunas subculturas fuertes y una cultura corporativa menos integrada.

Aunque existe una variedad infinita de formas estructurales, predominan ciertos tipos básicos en las complejas organizaciones modernas. Las siguientes figuras ilustran tres estructuras organizacionales básicas. La estructura de conglomerado es una variante de la estructura divisional y, por lo tanto, no se presenta como una cuarta estructura. En general, cada estructura tiende a apoyar algunas estrategias corporativas sobre otras (THOMAS L. WHEELLEN, 2007).

- La estructura simple, se caracteriza por qué no tiene categorías funcionales ni de productos y es adecuada para una pequeña empresa dominada por emprendedores, con una o dos líneas de productos que operan en un nicho de mercado razonablemente pequeño y fácil de identificar. Los empleados tienden a ser generalistas y saben hacer de todo. Con relación a las etapas de desarrollo, esta empresa se encuentra en la etapa I.

Primera etapa de la clasificación estructural.



Figura 2: Estructura Simple, fuente de elaboración propia con datos tomados de (THOMAS L. WHEELLEN, 2007).

- La estructura funcional, esta adecuada para una empresa mediana con varia líneas de productos que opera en una industria. Los empleados tienden a ser especialistas en las funciones empresariales que son importantes para esa industria, como manufactura, marketing, finanzas y recursos humanos. En cuanto a las etapas de desarrollo, esta empresa se encuentra en la etapa II.

Segunda etapa de la clasificación estructural.

Figura 3: Estructura Funcional, fuente de elaboración propia con datos tomados de (THOMAS L. WHEELLEN, 2007).

- La estructura divisional, está conformada para una corporación grande con muchas líneas de productos que operan en varias industrias relacionadas. Los empleados tienden a ser especialistas funcionales organizado de acuerdo con las distinciones de producto y mercado. Por ejemplo, General Motors agrupa sus diversas líneas de automóviles en las divisiones a través del uso de comités y eslabonamientos horizontales. Con relación a las etapas de desarrollo, esta empresa se encuentra en la etapa III.

Tercera etapa de la clasificación estructural.

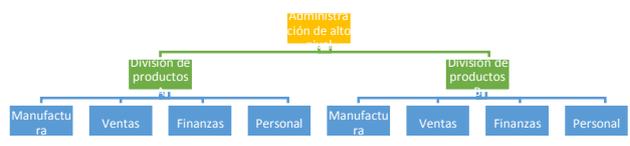


Figura 4: Estructura Divisional, fuente de elaboración propia con datos tomados de (THOMAS L. WHEELLEN, 2007).

- La estructura de conglomerado, es adecuada para una corporación grande con muchas líneas de productos en varias industrias no relacionadas. Una variante de la estructura divisional, la estructura de conglomerado, denominada con frecuencia sociedad tenedora, por lo general es un



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

conjunto de empresas legalmente independientes (subsidiarias) que actúan bajo un paraguas corporativo, pero controladas a través de las juntas directivas de las subsidiarias. La naturaleza no relacionada de las subsidiarias impide cualquier intento de lograr sinergia entre ellas. Con relación a las etapas del desarrollo, esta empresa también se encuentra en la etapa III.

- Con esta información podemos visualizar como puedo lograr una mejor organización, clima organizacional, cultural y competir en el mercado. Las corporaciones exitosas siguen un patrón de desarrollo estructural a mediana que crecen y se expanden. A partir de la estructura simple de la empresa emprendedora (en la que todos hacen de todo) como lo muestra la primera etapa de la figura 2: estructura simple, las corporaciones exitosas por lo general crecen y se organizan a lo largo de líneas funcionales, con departamentos de marketing, producción y finanzas que viene siendo la segunda etapa donde ya existe una estructura funcional y a medida que continúe su éxito, la empresa agrega nuevas líneas de productos diferentes industrias y se organiza en divisiones interconectadas como la estructura divisional que se mostró en la tercera etapa.

A continuación se muestra lo que podría ser algo más complejo pero ayuda a una mejor distribución y jerarquía con las bases de una cultura sólida.

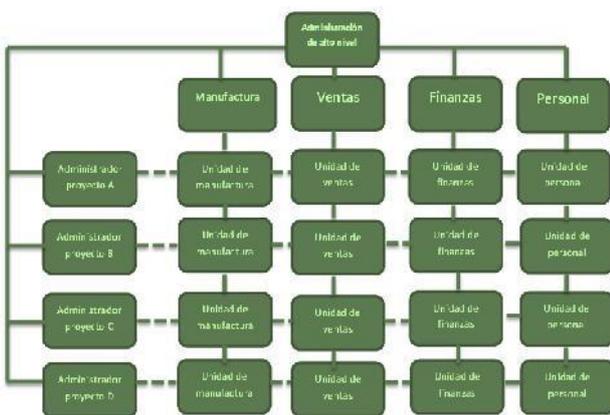


Figura 5: Estructura Matriz, fuente de elaboración propia con datos tomados de (THOMAS L. WHEELLEN, 2007). Esta estructura es bastante adecuada cuando las organizaciones están en una constante de crecimiento o variedad de productos que se ofrezcan y tiende a tener características de una estructura funcional, pero es muy

flexible en cuanto al ambiente externo llámese tecnología, clientes, proveedores, pero genera más conflictos de en cuestión a la autoridad, y asignación de recursos, y un tanto a la comunicación.

Metodología

Por su alcance es exploratoria, por la manipulación de sus variables, no experimental y según el lugar de campo.

Este avance de investigación tiene como población al municipio de Tultepec, localizado en la parte norte del Estado de México y sus coordenadas de latitud norte 19°41' y 99°08' de longitud oeste; se encuentra a una altura de 2,280msnm, limita al norte con Nextlalpan y Melchor Ocampo, al sur con Tultitlán y Coacalco, al oriente con Nextlalpan y Tultitlán, y al poniente con Cuautitlán. (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA, 2016). La muestra que se tomó fue un estudio de caso de una pequeña empresa de giro comercializadora de empaque y embalaje ubicada en dicho municipio con un total de 15 empleados siendo estos 10 personas de sexo masculino y 5 de sexo femenino.

Se realizó un cuestionario con 18 ítems y con una escala de 5 niveles, focalizando tres etapas: la cultura organizacional, la estructura y la competitividad que evalúa como se encuentra la empresa y los empleados a través de cinco niveles que se desarrollaron con las siguientes opciones: definitivamente si, definitivamente no, indeciso, probablemente sí y probablemente no.

A continuación se muestra el cuestionario que se formuló y aplico dentro de la comercializadora a 10 empleados de sexo masculino y 5 del sexo femenino.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Figura 6: Cuestionario

ESTA ENCUESTA VA DIRIGIDA A TODO EL PERSONAL QUE LABORA EN LA EMPRESA MULTIMEDIA, CON EL FIN DE SABER COMO FUNCIONA LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL EN LAS EMPRESAS PARA UN TRABAJO DE INVESTIGACION QUE SE DESARROLLA. AGRADECIMOS DAR RESPUESTA CON LA MAYOR TRANSPARENCIA.

CALIFICACIÓN DE Puntuación:

CONCEPTO DE Puntuación

| | | | | |
|--------------------|--------------------|----------|------------------|------------------|
| DEFINITIVAMENTE SI | DEFINITIVAMENTE NO | INDECISO | PROBABLEMENTE SI | PROBABLEMENTE NO |
|--------------------|--------------------|----------|------------------|------------------|

1.- LEE LAS PREGUNTAS ATENTAMENTE.
 2.- REVISA TODAS LAS OPCIONES DE CALIFICACIÓN QUE APARECEN EN LA TABLA DERECHA.
 3.- ELIGE SOLO UNA RESPUESTA POR PREGUNTA MARCANDO UNA "X" EN LA CELDA.

| ITEM | NUM. DE PREGUNTA | DESCRIPCIÓN DE LA PREGUNTA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------|------------------|---|---|---|---|---|---|
| CULTURAL | 1 | ¿La empresa realiza actividades de integración (cultural, deportiva, adicionales, etc.)? | | | | | |
| | 2 | ¿Se siente orgulloso de pertenecer a la empresa? | | | | | |
| | 3 | ¿Recibe retroalimentación sobre su desempeño? | | | | | |
| | 4 | ¿Existen algún problema para trabajar en equipo? | | | | | |
| | 5 | ¿Existen áreas de interés y apoyo con esas habilidades para poder desempeñar su trabajo? | | | | | |
| | 6 | ¿Existen buena comunicación con todos los integrantes de la empresa? | | | | | |
| ORGANIZACIONAL | 7 | ¿Sabe a quién es el dueño o jefe de la empresa? | | | | | |
| | 8 | ¿Identifica cuáles son las funciones de otros puestos? | | | | | |
| | 9 | ¿Sabe cómo se organizan los tareas que son asignadas? | | | | | |
| | 10 | ¿Conoce los planes actuales de la empresa y cómo se va a futuro? | | | | | |
| | 11 | ¿Identifica que quiere lograr la empresa? | | | | | |
| | 12 | ¿Conoce el número de empleados que laboran en la empresa? | | | | | |
| COMERCIAL | 13 | ¿Recibe alguna capacitación de cómo optimizar los recursos financieros, técnicos y humanos? | | | | | |
| | 14 | ¿Conoce usted cuál es el giro de la empresa o a que se dedican? | | | | | |
| | 15 | ¿Recibe alguna recompensa o gratificación por el cumplimiento metas u objetivos? | | | | | |
| | 16 | ¿Conoce cuál es la competencia directa e indirecta de la empresa? | | | | | |
| | 17 | ¿Sabe que es servido al cliente y cómo se aplica en su trabajo? | | | | | |
| | 18 | ¿Sabe a usted para qué sirve el producto que distribuyen? | | | | | |

GRACIAS POR SU TIEMPO Y PARTICIPACIÓN

Fuente: elaboración propia.

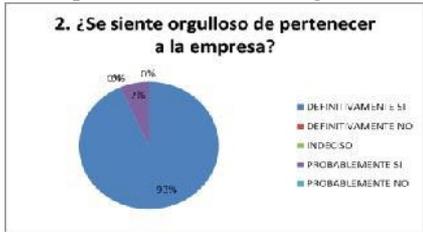
Resultados

A continuación, se procede a analizar los resultados por ítem:

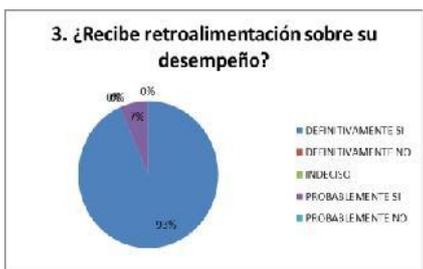


En este ítem, podemos identificar que un poco más de la mitad de los empleados considera que no hay actividades de integración lo que genera que no logren trabajar en sinergia, debido a que existe la desintegración y el buscar

de manera individual el cumplimiento de metas, ocasionando demoras en lo objetivos empresariales por no tener identificado las habilidades de cada uno de los integrantes, generando una persuasión incorrecta y que no puedan arraigar una cultura siendo tan pocos integrantes, ocasionando así problemas de clima organizacional.



En este resultado, encontramos que todos los integrantes de la empresa se sienten orgullosos de pertenecer a ese sistema, donde a pesar de que no existe la integración tienden a ponerse la camiseta como ya antes habíamos mencionado en unos párrafos atrás, donde el fundador o dueño de la empresa les comparte y transmite sus valores, su misión y como persona como se comporta en el entorno empresarial, generando una estabilidad en su capital organizacional, es decir un enfoque correcto de liderazgo de sus conocimientos compartidos, objetivos de cambio tangible e intangible.



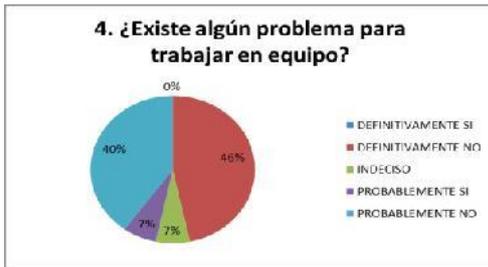
La parte de retroalimentación, sobre el trabajo que están desempeñando es muy importante para cada uno de los trabajadores, por lo que este resultado de ítem muestra que existe una gestión de conocimiento acerca de su productividad, habilidades, capacidades, comportamiento ético, su relación de empresa empleado cliente proveedor, lo que lleva a estar en una mejora continua y aprendizaje organizacional como beneficio competitivo para el dueño y a la vez para forjar una motivación y expandir el crecimiento de manera individual y empresarial.



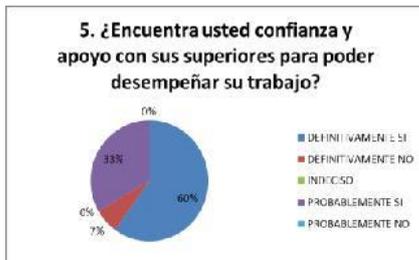
5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

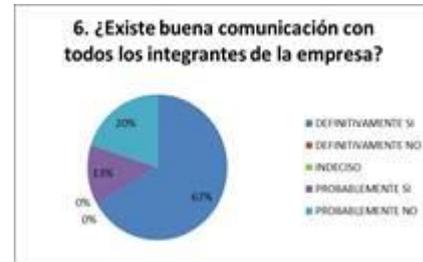
Utilizando una comunicación de manera objetiva sin atosigar su trabajo y no caer en una conducta etnocéntrica como lo citaba (VALENCIA, 2001) al inicio de este avance de investigación.



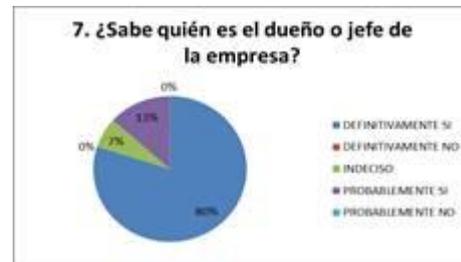
A pesar de que no hay actividades de integración (deporte, convivencia cultural o recreativa etc.) para realizar alguna actividad o tarea encomendadas por el dueño o propietario no existen problemas, aunque un mínimo porcentaje considera que si existe alguno que otro problema y esto puede ser a causa de su línea de comunicación que no sea la correcta, falta de conocimiento, vocabulario con cierto tecnicismo, religión, actitud, valores, problemas con las tecnologías de información, maquinaria o la misma infraestructura.



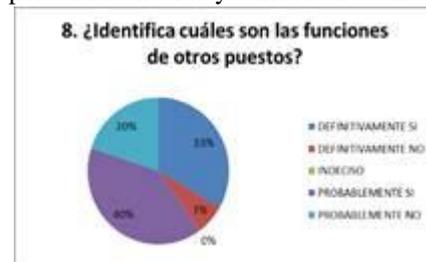
Un gran porcentaje de empleados considera que existe una confianza con sus superiores y que aparte reciben retroalimentación de su desempeño así como un coaching sobre su trabajo para ser más eficiente y productivo, aunque este es de manera individual si debe generar una reunión con todo el personal para saber cómo están trabajando entre ellos y ver si se está forjando una cultura sólida donde puedan desarrollar mejor sus actividades así como la asignación adecuada de responsabilidades y funciones.



Aunque el resultado del nivel es positivo en su porcentaje, si debe cuidar mucho esta parte de la comunicación ya que debe ser el 100% debido a que es este un elemento principal para lograr el cumplimiento de metas y objetivos, así mismo el aprovechamiento de los recursos técnicos, financieros y humanos, debido a que si alguien no está muy seguro de las indicaciones que recibió para realizar su trabajo, puede incurrir en alguna incidencia. También por el tipo de estructura que manejan es necesario cambiar la comunicación y ser oblicua, es decir de acuerdo a las urgencias y necesidades constantes de entrega a los clientes y requerimientos necesitan estar todos en el mismo círculo.



Es importante que se realice una reunión de trabajo para dar a conocer las figuras que conforma la estructura aun siendo esta pequeña o familiar es de suma importancia para identificar quien conforma ese sistema y exista una mejor persuasión e imagen de los jefes hacia los trabajadores y de la misma forma de empleados hacia jefes, generando una empatía por ser reconocido y tomado en cuenta.

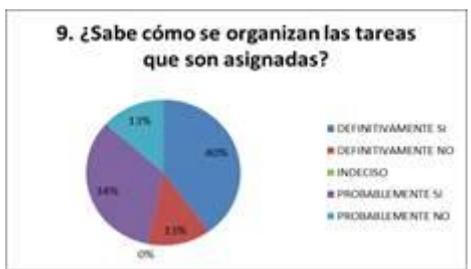




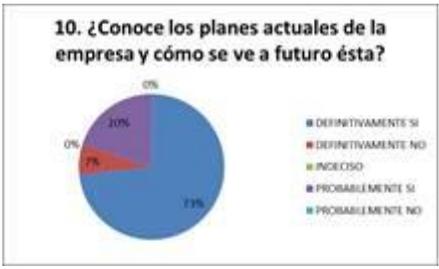
5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

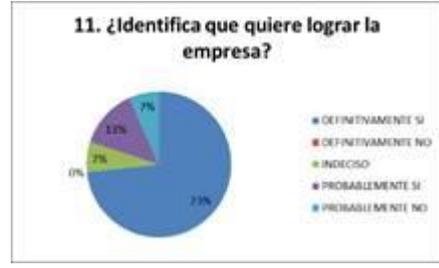
Probablemente se necesite que cada persona de manera individual realice la descripción de sus funciones y las tenga identificadas para un mejor funcionamiento, pero también sería conveniente plasmar en un lugar estratégico o integrar a la plataforma un apartado con datos de la empresa y muestre el directorio del personal, siendo esto de mejora para un servicio al cliente más óptimo para los empleados y proveedores.



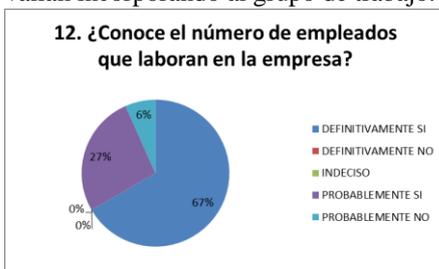
Probablemente existe un desacuerdo en cómo se asignan las tareas debido a que si se planea todo de manera correcta no debe existir fallas y en caso de existir alguna incidencia se tiene identificado de manera más precisa el daño del problema y saber quién es el responsable, pero de la misma forma ayuda a concientizar y valorar el trabajo que opera cada uno de los integrantes de la empresa.



Con este resultado observamos que la empresa se esfuerza por transmitir la situación y planes, debido a que cuenta con un porcentaje favorable y como se mostró en unos ítems anteriores el dueño o fundador de la organización debe tener una comunicación constante, y de transmitir la situación actual hacia los trabajadores para tener el mismo enfoque y forjen su misión, cultura, estructura y visión, para trabajar en conjunto por el mismo objetivo.



Este análisis muestra que se necesita trabajar un poco más para que se logre el cumplimiento total con todos los trabajadores de lo que son sus metas u objetivos y revisar a detalle el por qué no han sido comunicados o si requieren de algún elemento de manera física que ayude o aporte a los empleados que tienen esta barrera y también a los que se vayan incorporando al grupo de trabajo.



Si establecen un cronograma de reuniones tanto laborales como de integración ayudaría a romper esos tabús de hielo y a conocerse un poco más, ahorita que apenas la empresa está creciendo y después sea más complicado identificar a cada uno de los integrantes de la empresa o que desconozcan aún más cuales son las funciones y cómo opera la empresa.



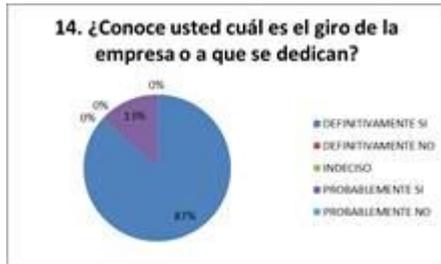
Aquí encontramos que el porcentaje del nivel de evaluación no fue nada favorable debido a que si existe una falta de capacitación en el uso de la maquinaria, tecnologías de la información, el aprovechamiento de



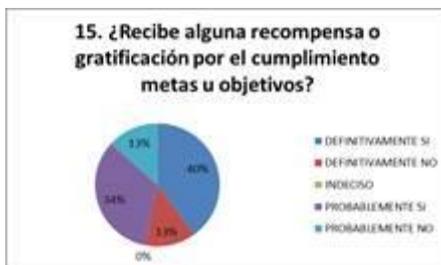
5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

insumos que se puede evitar la merma, que revisando las habilidades de cada uno se puede generar un programa de capacitación y puedan tener una cultura compartida generando entre ellos una identidad de compromiso hacia la superación y crecimiento junto con la empresa, como un aprendizaje organizacional.



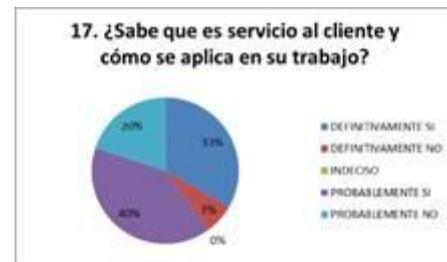
Este porcentaje indica que un su mayoría conocen cual es el giro de la empresa y para reforzar este conocimiento, sería importante hacer evaluaciones periódicas para ver si todos están con el mismo lenguaje o requieren impartir alguna platica o que metan este punto en algunas reuniones de rutina.



En este ítem, se necesita trabajar con la empresa para hacerle saber que puede dar algún estímulo económico o un reconocimiento de manera que sus trabajadores no se sientan desmotivados por no contar con cierta prestación de manera general, pero si por el reconocimiento de su trabajo y ese puede ser algún presente sencillo (una taza, una pluma, gorra, etc.) un reconocimiento enmarcado, o puede ser un bono o gratificación económica dependiendo las condiciones generales de contrato laboral, pero si reconocerles su esfuerzo de manera general.



De acuerdo al porcentaje analizado, si necesitan tener bien identificada su competencia pero no solo la directa sino también aquella indirecta que sí afecta a su empresa, porque está en crecimiento al igual que ellos y aquí cabe resaltar que cuando se aplicó el cuestionario en la empresa tenían mucho la inquietud a preguntar que es una competencia indirecta, por lo tanto se requiere hacerles saber quiénes son sus competidores potenciales y los que no es su giro pero también ofrecen el producto que ellos comercializan debido a que también es su competencia pero no están agresiva como la directa.

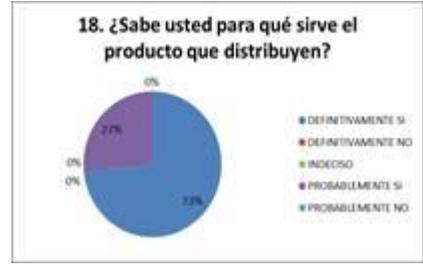


En este ítems el porcentaje arrojó que gran parte de los trabajadores conocen que es servicio al cliente, pero no sabían si su empresa contaba con dicho servicio, aunque algunos si desconocen el termino, motivo por el cual se debe manejar el mismo lenguaje para todos ya que lo conocen pero por ejemplos, no con el tecnicismo o concepto y aquel empleado que tiene trato directo con el cliente o proveedor debe dominar esta parte y sería una mejora para implementar la definición, dentro de las capacitaciones que se lleguen a programar y así tener una mayor satisfacción de sus clientes y proveedores.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”



El resultado de este análisis es favorable, debido a que todos conocen el producto que comercializan, aunque sería recomendable aplicar una evaluación periódica, para estar siempre en ese nivel de asertividad.

Conclusiones

Con este avance de investigación podemos decir que para ser competitivos en el mercado no importa el tamaño (micro-empresa, pequeña, mediana o grande empresa), siempre y cuando exista una cultura firme que marque su identidad, y se tenga una planeación de la estructura, que delimite sus funciones a través de un organigrama y se apliquen estrategias que se implementen, así como tener una misión clara y el posicionamiento de lograr alcanzar esa meta, para que puedan ser competitivos en su hacer del día. Ahora esto lo puedo reflejar con lo que el autor Justin cita, el comenta que la competitividad es el resultado de una ventaja competitiva cuando una empresa ofrece un producto o servicio que los clientes perciben como superior al de los competidores, con lo que promueven la rentabilidad de la empresa, aunque diversas rutas pueden llevar a una ventaja competitiva, como puede ser el precio, la atención al cliente o el servicio, la accesibilidad, los atributos del producto entre otros.

Para establecer una ventaja competitiva, el empresario debe entender la naturaleza del ambiente en que opera. El estudio de las tendencias generales y la dinámica de la competencia en una industria pueden indicar oportunidades que se acoplan a las capacidades distintivas de la empresa; este conocimiento puede ampliarse para bloquear los efectos de la respuesta de la competencia.

Ahora bien, el caso de estudio necesita trabajar de acuerdo a las teorías investigadas de la implementación de construir su organigrama de acuerdo a sus necesidades, para ello y por el tipo de giro, puedo recomendar una estructura funcional por el tamaño pero con visión a corto plazo de un crecimiento de más ventas y nuevos integrantes a ese equipo de trabajo a medida que para no estar haciendo tanto movimiento pueden empezar a delegar bien sus funciones y crear el divisional, pero eso si con una comunicación combinada es decir lineal y horizontal o en

su defecto oblicua, ahora referente a la cultura solo necesitan

Integrarse un poco más y compartir sus conocimientos con los demás para que exista una cultura de aprendizaje organizacional, y es que la cultura comprende todas nuestras costumbres, usos y hábitos. Es decir, todo nuestro comportamiento es cultural. También la ética o moral, que nos señala lo que está bien y lo que está mal, lo que debe y no debe hacerse, esto varía significativamente del comportamiento de cada uno y sobre todo de lo que el dueño o fundador transmita hacia sus empleados. También debe trabajar con aquellos que tienen más habilidades para que ayuden o formen grupos de coaching y puedan estar retroalimentado, así también una capacitación para que puedan optimizar los recursos y trabajar más sobre el servicio al cliente. Para concluir cabe resaltar que la empresa es la única que puede marcar ese sentido de pertenencia hacia los trabajadores para que logren ponerse la camiseta y que la buena sinergia se genera con el trabajar de los componentes de la cultura.

Referencias bibliográficas

Alles, M. (2007). *Comportamiento Organizacional: cómo lograr un cambio cultural a través de gestión por competencias*. Buenos Aires: Granica.

Chiavenato, I. (2004). *Comportamiento Organizacional la dinámica del éxito en las organizaciones*. México DF: Thomson.

España, J. (2011). *La cultura en las empresas altamente copetitivas*. Degerencia, 1.

Guiarratana, M. (2008). *La cultura organizacional*. Degerencia, 1.

HERNÁNDEZ, M. E. (07 de 2015). *FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN. INSTRODUCCIÓN A LA CULTURA ORGANIZACIONAL. MÉXICO, MÉXICO*.

HUNGER, T. L. (s.f.). *AMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA Y POLÍTICA DE NEGOCIOS CONCEPTOS Y CASOS*. PEARSON PRENTICE HALL.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA. (30 de 07 de 2016). Obtenido de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=15>



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

J.S., K. (1995). LA CIENCIA DE LA CULTURA.
BARCELONA: ANAGRAMA.

Judge, S. P. (2009). Comportamiento Organizacional.
México: Pearson.

Lussier, R. N. (2006). Liderazgo, Teoría, Aplicación
Desarrollo de Habilidades. Thomson.

R. Edward Freeman, D. R. (1996). Administración.
Prentice Hall Hispanoamericanas, S. A.

THOMAS L. WHEELEN, J. H.
(2007). ADMINISTRACIÓN
ESTRATÉGICA Y POLÍTICA DE
NEGOCIOS CONCEPTOS Y CASOS.
PEARSON PRENTICE HALL.

VALENCIA, J. R. (2001). ADMINISTRACIÓN DE
PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS
EXPORTADORAS. MÉXICO: THOMSON
LEARNING.

Worley, C. (2007). Desarrollo Organizacional y Cambio.
México DF: Cengage Learning.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Los microempresarios en la inclusión financiera en México

Administración contable y financiera en las organizaciones

Eje temático

Verónica Ramírez Cortés
Laura Cecilia Méndez Guevara
Sentry Janet Sandoval Trujillo

Universidad Autónoma del Estado de México CU UAEM Valle de
Teotihuacán.

Tel. 7712324782.

vramirez@uaemex.mx, vevia121@hotmail.com

lcmenendez@uaemex.mx

sjsandoval@uaemex.mx



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Los microempresarios en la inclusión financiera en México

Resumen: El objetivo del presente trabajo es mostrar los principales resultados al analizar los avances de inclusión financiera, teniendo como objeto de estudio a los trabajadores por cuenta propia refiriéndolos como microempresarios. A nivel nacional, se han implementado diferentes estrategias de política pública para garantizar un mejor y mayor acceso a los servicios financieros de las instituciones formalmente reguladas en el sistema financiero mexicano. La base del análisis es la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera aplicada en 2015 a la población con un rango de 18 a 70 años de edad de zonas urbanas y rurales. La investigación toma relevancia al identificar que uno de los principales problemas en las microempresas que limita su crecimiento o permanencia en el mercado es la falta de opciones para obtener liquidez, identificando una importante presencia de este sector empresarial que participa de manera significativa en la generación de empleos.

De los principales resultados destacan las estrategias y acciones en términos política pública, identificando un reconocimiento de organismos internacionales por los esfuerzos para propiciar un ambiente que incluya a la población menos protegida, sin embargo, los resultados aún no son alentadores en términos del uso y acceso a los servicios financieros para la población que labora por cuenta propia, identificándose como una de las principales limitantes la falta de recursos financieros sin opción a tener la capacidad de ahorro y con una necesidad importante de educación financiera y, en el uso de tecnologías para hacer efectiva la infraestructura disponible con ello se propicie impacto positivo en su toma de decisiones personales, laborales y empresariales.

Abstract: The aim of this paper is to show the main results to analyze the progress of financial inclusion, aiming to study the self-employed referring them as microentrepreneurs. At the national level, they have implemented various strategies for public policy to ensure better access to financial services institutions regulated formally in the Mexican financial system. The basis of the analysis is the National Survey of Financial Inclusion applied in 2015 to the population with a range of 18 to 70 years old from urban and rural areas. Research becomes relevant to identify one of the major problems in micro limiting their growth or stay in the market is the lack of options for liquidity, identifying a significant presence in this business sector significantly involved in the generation of jobs.

Of the main findings highlight the strategies and actions in terms of public policy, identifying a recognition of international organizations for efforts to foster an environment that includes the least protected population, however, the results are not encouraging in terms of use and access to financial services for people who work on their own, identifying himself as one of the main constraints the lack of financial resources without option to have the ability to save and an important need for financial education and in the use of technologies to make effective infrastructure available thereby propitiating positive impact in their decision personal, work and business decisions.

Palabras claves: instituciones financieras, inclusión financiera, microempresas.

Introducción

El sistema financiero mexicano debe considerarse como un factor determinante en el comportamiento de la economía, entendiendo este como el conjunto de instituciones de corte financiero dedicadas a captar, administran y canalizar los recursos financieros de los superavitarios a los deficitarios cumpliendo con las regulaciones vigentes para estimular el sistema económico. Cualquier agente económico – sociedad, empresas, gobierno y sector externo– puede participar como deficitario o superavitario. De manera general se identifican dos problemas, por un

lado, que los activos financieros que se concentran en mayor medida en la banca múltiple, por otro lado, un sector importante de los deficitarios no accede a los servicios financieros: microempresarios y población de bajos recursos.

El presente trabajo se centra de manera particular en estudiar los avances en materia de inclusión financiera como estrategia para reducir la problemática de los microempresarios al no acceder a los servicios financieros. Esto se fundamenta por el interés y trabajo que han realizado el gobierno federal y organismos internacionales como el Banco Mundial quien ha financiado proyectos



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

para incentivar a que los servicios financieros lleguen a un sector más amplio de la población.

Sin duda, una de las tantas problemáticas que se identifican en las microempresas es la falta de financiamiento, sin embargo, el problema se intensifica al no tener acceso a ningún tipo de los servicios financieros, sobre todo porque es un sector relevante dentro de la estructura productiva mexicana considerándose un eslabón fundamental para el crecimiento y desarrollo de las regiones al representar un porcentaje significativo en la creación de empleos y generación de la producción bruta.

El trabajo se desarrolla en tres partes, en la primera se describe que es la inclusión financiera en el sistema financiero mexicano y sus instituciones participantes, en la segunda un contexto de las microempresas y, finalmente, en la tercera, la percepción de los microempresarios sobre los esfuerzos realizados para proporcionarles y facilitarles el acceso a los servicios financieros.

Un sistema financiero mexicano incluyente

El tema de la inclusión financiera es actual, la Asociación Global para la Inclusión Financiera (GPIF) y el Grupo Consultivo de Ayuda a los Pobres (CGAP) consideran que se refiere a que todos los adultos en edad de trabajar deben tener acceso efectivo a los servicios financieros provistos por las instituciones formales: crédito, ahorro, pagos y seguros, este acceso efectivo debe implicar una prestación del servicio eficiente y responsable desde un costo que el cliente pueda asumir y sostenible para el que lo provee (Roa, 2013).

La Red Internacional para la Educación Financiera (INFE) considera que la inclusión financiera es un proceso de promoción para un acceso asequible, oportuno y adecuado de una amplia gama de servicios y productos financieros regulados para su uso de todos los segmentos de la sociedad mediante la aplicación de enfoques innovadores, incluyendo actividades de sensibilización y educación financiera con el objetivo de promover colectivamente un bienestar financiero, económico y social (García *et al.*, 2013).

La Alianza para la Inclusión Financiera (AFI) define la inclusión financiera a partir de cuatro dimensiones:

1. *Acceso* entendido como las capacidades para poder usar los servicios financieros formales disponibles; 2. *Uso* referido a la permanencia y profundidad del uso de los servicios y productos financieros; 3. *Calidad* evaluaría si los atributos de los productos y servicios brindados atienden las necesidades de los clientes y, sí el desarrollo de productos

tiene en cuenta esas necesidades y, el 4. *Bienestar* medido a través del impacto que un dispositivo, servicio o producto ha tenido para los usuarios.

En la página electrónica del Banco Mundial (2016) refiere que la inclusión financiera debe garantizar que todos los hogares y las empresas, independientemente de su nivel de ingresos, tengan acceso al uso eficaz de los servicios financieros que necesitan para mejorar sus vidas, esto derivado de los resultados obtenidos por el Global Findex del 2011 en el que identifica que, de 148 países entre ellos México, el 61% de los adultos de Latinoamérica y el Caribe están excluidos de los esquemas financieros formales, teniendo como alternativa recurrir a esquemas informales o tradicionales de financiamiento.

Para la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV, 2016) en México, la inclusión financiera se refiere al acceso y uso de servicios financieros formales bajo una regulación que garantice esquemas de protección al usuario y promueva la educación financiera para mejorar las capacidades financieras de la población. Las dimensiones que considera son:

1. *Acceso*: se refiere a la infraestructura disponible para los consumidores para ofrecer servicios y productos financieros: sucursales, cajeros automáticos, banca de corresponsalía, terminales punto de venta, etc.
2. *Uso*: describe la adquisición o contratación, así como, la frecuencia de uso de los productos o servicios financieros, verificando sí la satisfacción de las necesidades de los usuarios es atendida.
3. *Protección al consumidor*: puntualiza en la garantía que los intermediarios financieros se conduzcan bajo el marco regulatorio, transparencia, trato adecuado y mecanismos efectivos para quejas y/o asesoría para los clientes.
4. *Educación financiera*: refiere a las estrategias implementadas para que la población adquiera habilidades y conocimientos para certera toma de decisiones en términos de sus finanzas personales, así como para evaluar.

Según el Museo Interactivo de Economía (MIDE, 2015) la inclusión financiera debe entenderse como el acceso a un conjunto de productos y servicios financieros que incluyen crédito, ahorro, seguros, sistema de pagos y pensiones, así como, protección al consumidor y educación financiera, siendo esta última, tarea fundamental del museo. Por tal razón, la función que realizan los diferentes intermediarios financieros es un elemento fundamental para que los



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

recursos en la economía se transfieran de manera eficiente hacia los proyectos más rentables.

Si bien en México, el sistema financiero está conformado por el conjunto de instituciones reguladoras –Banco de México, Secretaría de Hacienda y Crédito, Comisión Nacional Bancaria y de Valores, Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro, Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, así como, el Instituto para la Protección del Ahorro Bancario y la Comisión Nacional para la Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros–; instituciones de apoyo –Instituto para el Desarrollo de Valores, Bolsa Mexicana de Valores, Calificadores de Valores, Asociación Mexicana de Intermediarios Bursátiles– y el múltiple conjunto de instituciones operativas o intermediarias que realizan directamente con los agentes económicos.

Un factor que sin duda obstaculiza la inclusión financiera según la Organización para la cooperación y Desarrollo Económico (2013) es el tema del sector bancario, siete de los 43 bancos que operan concentran el 80 por ciento de los activos totales, sin duda, esto frena la competencia entre las instituciones, no obstante, es el sistema más conocido por la población mexicana. Derivado de la preocupación de organismos internacionales y del sector gubernamental por garantizar no solo mayor cobertura, sino también, eficientar los servicios y productos financieros, México ha realizado acciones significativas que es necesario destacar.

Sociedades de Ahorro y Crédito Popular

En México durante la década de 1950 inicia la primera caja de ahorro que marcó la pauta para su proliferación en comunidades, creando sus directivos una década más tarde, la Confederación Mexicana de Cajas Populares participando cerca de 300 mil ahorradores en 500 cajas de ahorro en todo el país, sin regulación ni supervisión de autoridades. Hasta 1991 se promulga la Ley General de Organizaciones y actividades Auxiliares de Crédito, formalizando las sociedades de ahorro y préstamo como intermediarias financieras cuya gran facultad era otorgar créditos a sus agremiados (Izquierdo, 2015). A pesar de los esfuerzos de regulación en el año 2000 se identificaron fuertes problemas derivado de actividades fraudulentas por parte de algunas personas que aprovechan la baja regulación estableciendo cajas irregulares, promulgando la Ley de Ahorro y Crédito Popular en el mismo año, la cual han reformado según las necesidades identificadas en el monitoreo y seguimiento de las actividades de estas instituciones.

Actualmente, las entidades integrantes que son autorizadas y supervisadas por la CNBV son: Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo (Socap), Sociedades Financieras

Populares (Sofipo) y Sociedades Financieras Comunitarias (Sofinco). El propósito fundamental de trabajar con este sector de instituciones es fomentar la inclusión financiera. Estas organizaciones combinan los servicios financieros de las operaciones de crédito, ahorro e inversión, y la oferta de los servicios microfinancieros.



Figura No.1 Sociedades de Ahorro y Crédito Popular, 2016

En la Figura No. 1 se observa que 24 instituciones financieras están en proceso de consolidación y 41 en proceso, sin embargo, las Categoría D es importante no ahorrar según información de CONDUSEF. Es por ello que el acceso a la información es sumamente importante ya que garantiza a la población tener certeza sobre su toma de decisiones, sin embargo, la realidad mexicana es que muchos usuarios de escasos recursos difícilmente acceden a este tipo de información, usan los servicios confiando muchas ocasiones en la palabra de los socios o dueños de esas instituciones.

Las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo con niveles de operación I a IV son supervisadas y reguladas por la CNVB en términos de la Ley para Regular las Actividades de las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo (LRASCAP) y de manera auxiliar, por el Comité de Supervisión Auxiliar del Fondo de Protección. Sin embargo, el riesgo está presente, con base al Artículo 13 de la LRASCAP, las cajas de ahorro cuyo monto total de activos no rebase el límite equivalente en moneda nacional a 2'500,000 en unidades de inversión (UDI's) contarán con un nivel de operaciones básico. Estas sociedades no son supervisadas por la CNBV y por consiguiente no cuentan con la cobertura de 25,000 UDIS por socio ahorrador que ofrece el fondo de protección, provocando fraude en muchas instituciones sin ninguna protección para los usuarios.

Para las SOCAPs con niveles de operación I a IV existe un Fondo de Protección contando con una cobertura para los



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

depósitos de los socios por un importe máximo equivalente a 25,000 UDIS por socio. Estas instituciones formalizadas en el sistema financiera mexicano estimulan las microfinanzas para las comunidades vulnerables, sin embargo, la falta de seguimiento, supervisión y regulación podría provocarles mayor vulnerabilidad.

Consejo Nacional de Inclusión Financiera

Durante el periodo sexenal 2006 – 2012 a través del Programa Nacional de Financiamiento del Desarrollo 2008-2012 se tenía como objetivo incrementar la penetración del sistema financiero a través de un mayor acceso a los servicios por parte de la población. Para impulsar dicha actividad en octubre 2011.

En octubre 2011, se publica a través del DOF el acuerdo para crear el Consejo Nacional de Inclusión Financiera considerando como organismo de consulta, asesoría y coordinación entre las autoridades financieras del país con el objetivo, formular, poner en marcha y dar seguimiento a la Política Nacional de Inclusión Financiera, la cual fue aprobada hasta junio de 2016. Se integra por diez miembros: Secretario y de Subsecretario de SHCP; Presidentes de CONDUSEF, CNBV, CNSF, CONSAR; Secretario Ejecutivo de IPAB, Tesorería de la Federación y Gobernador y Subgobernador del Banco de México.

Dentro de sus principales funciones destaca:

1. Formular los lineamientos de Política Nacional de Inclusión Financiera.
2. Establecer un plan de trabajo, tareas y responsabilidades para los principales actores en inclusión financiera desarrollando mecanismos de medición, seguimiento y evaluación para asegurar el cumplimiento de la Política.
3. Proponer cambios a la política o nuevas iniciativas en búsqueda de efficientar los resultados.

Reforma financiera 2014

En enero del 2014, fue publicada la explicación ampliada de la reforma financiera publicada por el Gobierno Federal la cual señala que:

“... sienta las bases sólidas para que el sector financiero contribuya en mayor medida al desarrollo económico incluyente y hará del crédito un mayor detonador de crecimiento económico, en favor de las familias mexicanas,... se establece un marco jurídico que promueve la competencia, multiplicando y mejorando las opciones de crédito para los mexicanos. Asimismo, se fortalece la regulación, la coordinación y el sano desarrollo del sector.

El propósito es claro: que haya más crédito y más barato.” Dicha reforma contempla modificaciones a más de 30 leyes y códigos aplicables al SFM que impactaran a cuatro principales ejes:

1. Otorgar mejores servicios y productos financieros.
2. Fomentar mayor competencia entre las instituciones del sector financiero.
3. Impulsar y fortalecer las actividades de la banca de desarrollo.
4. Asegurar la solidez y prudencia del sector financiero.

Política de inclusión financiera

En junio de 2016 se publicó en el Diario Oficial de la Federación, la Política de Inclusión Financiera diseñada por la CONAIF con la finalidad de orientar las acciones en coordinación las autoridades del sistema financiera mexicano para atender prioridades y guiar los esfuerzos de los participantes para mejorar las prácticas de inclusión y educación financiera que permitan reducir riesgos y problemas en torno a la temática que provocan la economía en general. Dicha política se estructura en seis ejes:

1. Desarrollo de conocimientos para el uso eficiente y responsable del sistema financiero enfocado a todos los sectores de la población.
2. Uso de innovaciones tecnológicas para facilitar el acceso a los servicios financieros.
3. Atender las regiones desfavorecidas en términos financieros, a través del desarrollo de infraestructura.
4. Incrementar el acceso y promover el uso de servicios financieros formales hacia la población poco atendida o totalmente excluidos del sistema financiero formal, particularizando la atención con servicios adecuados a mujeres, jóvenes, micro y pequeñas empresas, en general a la población de bajos recursos.
5. Fortalecer la confianza hacia las instituciones financieras por parte de la población usuaria.
6. Evaluación y monitoreo para identificar las áreas de oportunidad que contribuyan al diseño de programas de inclusión financiera.

Se puede apreciar que los esfuerzos en materia de política pública son significativos, por ello, el interés de evaluar el efecto del trabajo realizado de manera particular en las microempresas como sector que han excluido significativamente el sector bancario.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Estructura productiva mexicana

En México la estructura productiva mexicana se ha transformado profundamente a partir de la década de los noventa, incorporándose al modelo neoliberal denominado globalización, se ha evidenciado un cierre masivo de la gran industria mexicana incorporando el sector de las micro, pequeñas y medianas empresas como el eje estratégico no solo de generación de valor sino también de empleo. Bajo diferentes matices de las empresas ha sido necesario una clasificación para su estudio y análisis; investigadores, instituciones nacionales e internacionales han considerado diversas opciones entre ellas, el número de trabajadores o empleados, volumen de ventas, volumen de exportaciones.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), publicó la clasificación de las empresas en función al sector de actividad económica, sus trabajadores y sus ventas anuales (Tabla No. 1).

| Tamaño | Sector | Número de trabajadores | Volumen de ventas anuales | Tope máximo combinado |
|---------|-----------------------|------------------------|---------------------------|-----------------------|
| Micro | Todas | Hasta 10 | Hasta \$4.00 | 4.6 |
| Pequeña | Comercio | 11 a 30 | Desde \$4.01 hasta \$100 | 93 |
| | Industria y servicios | 11 a 50 | | 95 |
| Mediana | Comercio | 31 a 100 | Desde \$100.1 hasta \$250 | 235 |
| | Servicios | 51 a 100 | | |
| | Industria | 51 a 250 | | |

Fuente: Secretaría de Hacienda y Crédito Público

Esta última ha sido publicada en el Diario Oficial de la Federación. El tamaño de la empresa se determina a partir del puntaje obtenido conforme a la siguiente fórmula: Puntaje de la empresa = (Número de trabajadores) X 10% + (Monto de Ventas Anuales) X 90%, el cual debe ser igual o menor al Tope Máximo Combinado de su categoría. Según datos del Instituto Nacional de Geografía y Estadística (2014) del total de establecimientos en México, el 95.4 por ciento son microempresas, aportando el 9.8 por ciento a la producción bruta, mientras que, los grandes establecimientos según su número de empleados representó apenas el 0.2 por ciento, participando en la

producción bruta con el 64.1 por ciento Sin duda, son datos para reflexionar y para trabajar en propuestas coordinadas que contribuyan a mejorar las condiciones de producción de las microempresas.

Sin duda, la globalización penetra en todas las economías impactando en las regiones de diferente forma e intensidad, mientras la minoría de transnacionales se robustecen, absorben a otras empresas y se expanden en el mercado, las pymes implementan diferentes estrategias para permanecer en el mercado, mientras que muchas microempresas nacen otro índice muy alto desaparece del mercado. La tendencia ha sido la desregulación y eliminación de barreras a la entrada de productos, no obstante, los productos a exportar tienen grande competencia en precio, calidad y cercanía de mercados. Ante la estructura productiva mexicana, las políticas liberadoras y las propias condiciones de creación de las microempresas ha resultado compleja su permanencia en el mercado.

Con frecuencia se ha referenciado que las microempresas no han sido capaces de desarrollarse y que presentan un gran número de desventajas frente a las grandes empresas. Soto (2003); Porter (2004); Rodríguez (2007) entre otros coinciden en señalar una serie de características las cuales se agrupan en las siguientes áreas:

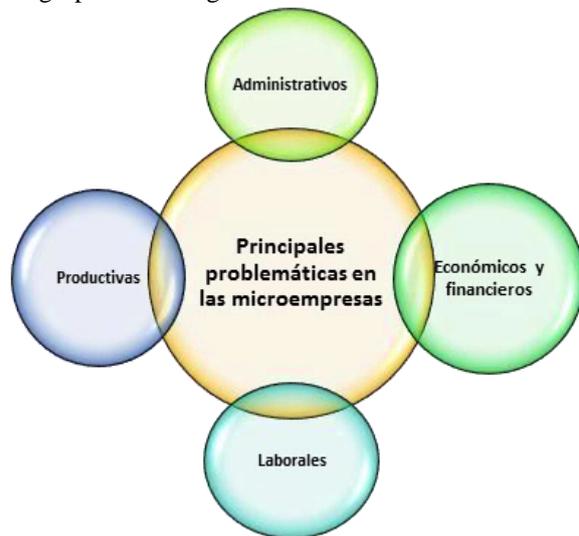


Figura No. 2 Elaboración de propia.

De manera específica, de los problemas financieros toma relevancia el financiamiento, particularmente, a través del crédito, es un problema agudo que se vive en las empresas, al no querer contratar financiamiento por altos costos en tasas de interés, burocratización, falta de reinversión y sólo ocuparlo para capital de trabajo. Estos elementos son los



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

detonadores de las acciones sobre la inclusión financiera mexicana.

Desarrollo Metodológico

Para el desarrollo de la investigación se trabaja la Encuesta Nacional Financiera en 2015 elaborada por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores en colaboración con en colaboración con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

La ENIF es una encuesta que genera información estadística sobre el acceso y uso de servicios financieros de la población mexicana, con la finalidad de identificar las principales barreras para valorar y evaluar la aplicación y diseño de políticas públicas que promuevan la inclusión financiera. Se aplica a la población adulta en un rango de edad entre 18-70 años, entrevistando a 7 mil vivienda, los resultados son representativos a nivel nacional, en localidades urbanas y rurales y por género. Con base al documento metodológico, el cuestionario de la ENIF 2015 consta de 12 secciones. Las primeras dos las responde un informante adecuado, una persona integrante del hogar y que conoce los datos sociodemográficos básicos de quienes lo forman. Las secciones cuatro a la doce, corresponden a la entrevista individual y los datos son proporcionados por una persona elegida de manera aleatoria. El cuestionario consta de 147 preguntas estructuradas de la siguiente manera:

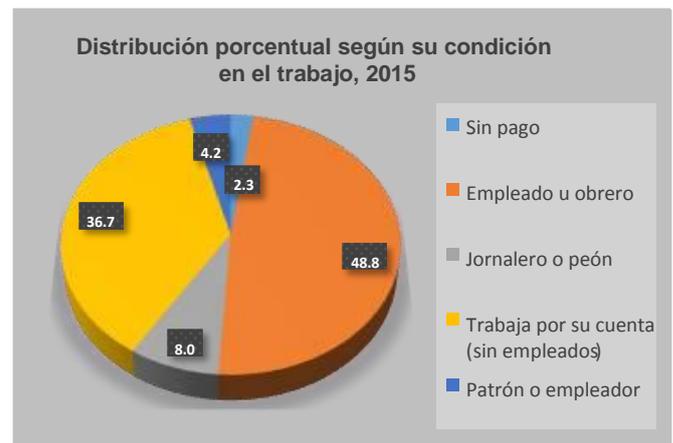
| Sección temática | Número de preguntas |
|---|---------------------|
| Total | 147 |
| 1. Residentes y hogares en la vivienda | 3 |
| 2. Características sociodemográficas del hogar | 4 |
| 3. Características sociodemográficas de las personas elegidas | 13 |
| 4. Administración de gastos | 8 |
| 5. Ahorro informal y formal | 39 |
| 6. Crédito informal y formal | 22 |
| 7. Seguros | 11 |
| 8. Cuenta de ahorro para el retiro | 8 |
| 9. Remesas internacionales | 7 |
| 10. Uso de canales financieros | 22 |
| 11. Protección de usuarios de servicios financieros | 5 |
| 12. Propiedad de activos | 5 |

Fuente: Documento metodológico, ENIF 2015.

Para el análisis se consideró la sección temática 2 para con el propósito de centrarlo en los microempresarios identificados por la posición de su ocupación, trabajadores por su cuenta. Se muestran resultados cuantitativos sobre la administración de gastos, ahorro y crédito informal y forma, el resto de las variables no es posible valorarlas ya que generalizan los resultados de la población sin poder filtrar a los microempresarios, presentándose una limitante significativa para generar un análisis exhaustivo.

Resultados

Los resultados de la encuesta son representativos de toda la población adulta a nivel nacional debido a que el diseño de la muestra se caracteriza por ser probabilístico, trietápico, estratificado y por conglomerados, donde la unidad de selección son las personas de 18 a 70 años. En el presente gráfico destaca la condición laboral de los encuestados, observando que 4.2 por ciento de las personas que laboran no obtienen ingresos, de cada 100 personas cerca de 50 son empleados u obreros y casi 37 de ellos trabajan por su cuenta sin tener empleados. El presente documento centra el análisis en los trabajadores por su cuenta sin empleadores infiriendo que son microempresarios.



Gráfica No. 1 Elaboración propia, ENIF 2015

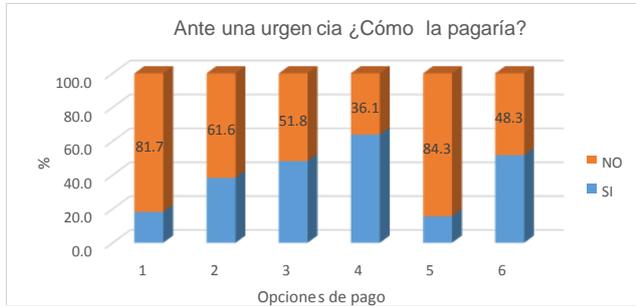
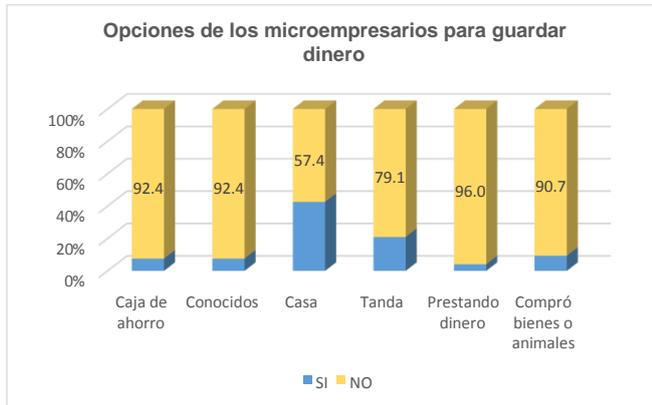
Ante el cuestionamiento de una urgencia económica igual a su ingreso mensual, se identifica que los microempresarios no optan por una institución financiera que les apoyo a resolver la problemática, del total de encuestados considera el 63.9 por ciento que la mejor opción es solicitar un préstamo a un conocido recurriendo necesariamente a una actividad financiera informal.



5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Un aspecto que es importante destacar es la falta de solvencia para hacer frente a una urgencia económica, una de las razones, sin duda, es la gran problemática de la población mexicana: bajo nivel de ingreso que percibe, impactando directamente a nivel macroeconómico en dos variables fundamentales: ahorro y su consecuente canalización a la inversión.



1. Ahorros
2. Adelanto de su sueldo
3. Venta o empeño de un bien
4. Prestamos de conocidos
5. Crédito con institución financiera
6. Trabajo temporal o venta de algún producto

Gráfica No. 2 Elaboración propia, ENIF 2015

Gráfica No. 3 Elaboración propia con base a ENIF, 2015

Otro elemento importante a considerar es sobre la opción que toman respecto al ahorrar dinero, en la gráfica No. 3 se observa que no ahorran y, en caso de hacerlo, prefieren guardarlo en casa, 43 de cada 100 microempresarios y como segunda opción participar en tandas con familiares y conocidos. Esto se relaciona con la Gráfica No. 4 en la que se expone que a los microempresarios que no les interesa tener una cuenta de ahorro en alguna institución financiera es porque no tienen ingresos suficientes, solo 7 de cada 100



Gráfica No. 4 Elaboración propia con base a ENIF, 2015

De 1 000 microempresarios, solo 330 de los tiene acceso a una cuenta, poco más del 50 por ciento una de ahorro, 30 por ciento una de nómina, menos del 0.5 por ciento accede a fondos de inversión, solo el 4.3 del 33 por ciento que tiene alguna cuenta tiene contratado el servicio de banca refieren que les queda lejos las instituciones financieras y menos del 1 por ciento no les tienen confianza.

De cada 100 microempresarios 66 de ellos no cuentan por lo menos con una cuenta de ahorro, nómina o donde le depositen algún apoyo gubernamental. Sin duda, son datos alarmantes, a pesar de que los indicadores generales de las distintas publicaciones de fuentes oficiales gubernamentales generalicen en los avances. electrónica, poniendo en duda el avance de inclusión financiera que brinde efectivamente facilidades para implementar estrategias en las empresas en términos de uso a los servicios financieros.

Otro elemento factor que permite inferir la carencia de uso de servicios financieros, ya que a pesar de tener una cuenta bancaria con tarjeta de débito solo 37 de cada 100 personas usan la tarjeta para alguna modalidad de compra, el resto prefiere pagar en efectivo, porque consideran que les permite llegar un mejor control de sus gastos y, por costumbre. Es claro, que a pesar de los esfuerzos en términos de educación financiera como parte de las estrategias de política pública, es aún muy limitado el impacto derivado, por los menos para los microempresarios objeto de estudio.

Del total de microempresarios encuestados, solo el 25.7 por ciento ha accedido a algún tipo de crédito bancario, tarjeta de crédito bancaria, departamental, de tienda de autoservicio o con alguna otra institución financiera como Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (Infonavit), Fondo de Vivienda del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Estado (Fovissste) o Fonacot). El resto de microempresarios no accede a un crédito porque considera dos principales razones, 40 de cada 100 señala que no cumple con los requisitos y el resto considera que las comisiones son muy altas.

Puede apreciarse con los datos mostrados una gran limitante para el sector objeto de estudio de manera personal y sobre todo su impacto negativo en su actividad económica que desarrolla. Los microempresarios que solicitan crédito consideran cuatro razones básicas para utilizar los para la apertura, mejora o crecimiento de sus negocios:

1. Complementar sus ahorros o el dinero que recibió al finalizar su contratación laboral en una empresa para la inversión inicial de un negocio.
2. Aprovechar la oportunidad para adquirir el negocio de un familiar o conocido.
3. Problemas personales y familiares que lo obligan como última opción a emprender un negocio.
4. Para suministros básicos o de capital para el negocio tomando como opción una institución financiera o de los proveedores.

Sin embargo, el principal limitante es la falta de acceso por parte de las instituciones financieras por no tener la documentación solicitada y por las altas comisiones que cobran. Las estadísticas se incrementan en el uso de servicios financieros cuando el gobierno empieza a pagar a través de una tarjeta de débito, en lugar de efectivo. La mitad de los 6.5 millones de beneficiarios del programa de transferencia condicionada en efectivo Prospera ahora reciben sus pagos a través de una cuenta electrónica asociada a una tarjeta de débito. Prospera también proporcionó acceso a mujeres de bajo ingreso, algo que explicaría la ausencia de una brecha de género sustancial en la propiedad de cuentas en México, según una publicación electrónica del Banco Mundial en junio de 2016.

Los resultados obtenidos coinciden con la encuesta Global Findex (2014) elaborada por el Banco Mundial, respecto a los países que integran la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), México se encuentra por debajo de la línea de tendencia, lo cual indica que su nivel de inclusión financiera medido a través del acceso a cuentas en instituciones financieras del mercado formal está por debajo de su valor esperado de acuerdo al ingreso por habitante y su nivel de acceso a las cuentas es inferior para los grupos excluidos tradicionalmente identificando a las mujeres y la población ubicada en las zonas rurales.

Según los resultados Findex muestran avances y retos para todos los países del mundo, incluyendo a México. Dentro de los avances, el más destacado es el incremento en el

porcentaje de la población que posee una cuenta, al pasar de 51 a 62%. El comportamiento de México se mostró en línea con el observado a nivel mundial, toda vez que registró un crecimiento de 12 puntos porcentuales, al pasar de 27 a 39%, no coincidiendo los resultados obtenidos al segregarse a los microempresarios objeto de estudio.

Conclusiones

A pesar de los esfuerzos que el gobierno hace en sus diferentes niveles a través de las estrategias y acciones de política pública sobre las diversas problemáticas que enfrenta la población mexicana en términos del acceso al uso de servicios financieros formales, los resultados no son aún alentadores. Incluso el Banco Mundial ha considerado a México como uno de los 25 países prioritarios para alcanzar el Acceso Financiero Universal para el año 2020; el objetivo es permitir el acceso a una cuenta de operaciones o un instrumento financiero para ahorrar dinero y, enviar o recibir pagos a adultos a través del mercado formal del sistema financiero mexicano. Los resultados son favorables cuando se generaliza a la población usuaria según el reporte de Inclusión Financiera presentado por la CNBV (2015), reportando que 68 de cada 100 adultos mexicanos tiene por lo menos un producto financiero, este dato se incrementa considerablemente ya que tan solo el 50 por ciento de los encuestados empleados son empleados que reciben en su mayoría su pago salarial a través de una cuenta transaccional: básica de nómina o nómina.

Sin embargo, cuando se sesga el análisis exclusivamente con los trabajadores por cuenta propia los resultados no son favorables, por lo menos, en los datos que se permite la evaluación, se identifica una fuerte desconfianza hacia cualquier institución financiera, prefieren realizar sus transacciones de compra y venta con pago en efectivo ya que consideran que esta actividad les permite tener un mayor control de sus ingresos y gastos.

La capacidad de ahorro de este sector de población es mínima y en caso de que realicen esta actividad nuevamente comentan no tener confianza en las instituciones financieras por ello prefieren guardarlo en caso, respecto a un crédito o préstamo consideran que las instituciones del mercado formal les piden información que no tienen y, en caso de tenerla, es muy alto el costo y las comisiones; esto sin duda, hace evidente la carencia de incentivar las estrategias respecto a la educación financiera.

Esto hace inferir que la política de microcréditos ha tenido un impacto favorable pero no para este sector, siendo este, el objeto de estudio, se esperaba que, al poderse autofinanciar sus microempresas podrían mejorar su



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

capacidad financiera y con ello mejorar su condición de sobrevivencia en un mercado sumamente complejo.

Las instituciones nacionales que encabezan esta temática deben reforzar sus esfuerzos para centrarse efectivamente a los sectores más vulnerables sin perder de vista que urge una capacitación para no generarse un problema económico en lugar del beneficio esperado. No obstante, es necesario reconocer los esfuerzos en términos de infraestructura, es posible identificar no solo el incremento de sucursales de instituciones financieras o el incremento de cajeros bancarios, evidentemente se ha fortalecido el sector a través de la banca de corresponsalía. Un corresponsal es una entidad autorizada para realizar operaciones bancarias de abono y cargo en representación de la institución financiera regulada, generalmente bancos; por ejemplo, una tienda de conveniencia que proporciona servicios financieros en nombre de un banco.

El consenso de organismos nacionales e internacionales considera que el acceso y uso de los servicios financieros tiene un importante potencial para mejorar la calidad de vida de las personas incluso un prerrequisito para la reducción de la pobreza y vulnerabilidad de sectores de la población, de lo contrario se limita el potencial de desarrollo de los hogares. Sin embargo, se debe trabajar a la par con la percepción de ingresos de la población, así como, en apoyos que les permita la permanencia de sus distintas fuentes de empleo.

Se sabe que un sector dañado ha sido el microempresarial desde su propia naturaleza de posicionarse muchas ocasiones sin el conocimiento de emprendedurismo sino por ser el único mecanismo de generación de ingresos en un mercado informal, de inadecuadas condiciones laborales y con alto riesgo de mortandad. Bajo esta situación, es urgente se le garantice un acceso a la formalidad de sus operaciones con seguridad y conocimiento y, en un mediano plazo el propicie un impacto positivo en sus actividades laborales y personales.

Referencias bibliográficas

Consejo Nacional de Inclusión Financiera (2016) Política Nacional de Inclusión Financiera, recuperado el 13 de julio de 2016 en

http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/110408/PNIF_ver_1jul2016CONAIF_vfinal.pdf

Consejo Nacional de Inclusión Financiera (2016) Reporte Nacional de Inclusión Financiera 7, recuperado el 25 de junio de 2016

<http://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Docume>

<nts/Reportes%20de%20IF/Reporte%20de%20Inclusion%20Financiera%207.pdf>

García, N., Grifoni, A., López, J.C. and Mejía, D., (2013), “Financial Education in Latin America and the Caribbean: Rationale, Overview and Way Forward”, OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, No.33, OECD Publishing, recuperado el 5 de agosto de 2016 en <http://www.oecd.org/finance/wp33finedulac.pdf>

INEGI & CNBV (2015), Encuesta de inclusión financiera: principales hallazgos, recuperado el 25 de junio de 2016: http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/especiales/especiales2016_07_02.pdf

INEGI (2016) Boletín de prensa Núm. 285/16 página 1/3 recuperado el 05 de julio del 2016 en http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/especiales/especiales2016_07_02.pdf

Izquierdo M. M. (2015) Cooperativas de ahorro y crédito en México en Boletín de la Asociación Internacional de Derecho Cooperativo: Universidad de Deusto, Núm. 49/2015, Bilbao, págs. 49-63, recuperado el 03 de agosto de 2016 en:

<https://www.google.com.mx/#q=Izquierdo+M.+M.+%282015%29+Cooperativas+de+ahorro+y+cr%C3%A9dito+en+M%C3%A9xico+en+Bolet%C3%ADn+de+la+Asociaci%C3%B3n+Internacional+de+Derecho+Cooperativo:+Universidad+de+Deusto%2C+N%C3%BAm.+49%2F2015%2C+Bilbao%2C+p%C3%A1gs.+49-63>

OCDE (2013) La educación financiera en América Latina y el Caribe. Situación actual y perspectivas. Serie políticas públicas y transformación productiva N. 12 / 2013, recuperado el 5 de agosto de 2016 en:

http://www.oecd.org/daf/fin/financialeducation/oecd_caf_financial_education_latinaeas.pdf

Roa, M. J. (2013) Inclusión financiera en América Latina y el Caribe: acceso, uso y calidad en Boletín del Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos Julio-septiembre de 2013, recuperado el 8 de agosto de 2016 en http://www.cemla.org/PDF/bolet%C3%ADn/PUB_BOL_LIX_03-01.pdf

Women's world banking (2014) Crédito Individual para Microempresas en México: Un Estudio sobre las Limitaciones y las Oportunidades, recuperado el 27 de



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

julio de 2016 en:

<http://www.womensworldbanking.org/wp-content/uploads/2014/10/WomensWorldBanking-Microenterprise-Individual-Lending-Mexico-Spanish.pdf>
<http://www.womensworldbanking.org/wp-content/uploads/2014/10/WomensWorldBanking-Microenterprise-Individual-Lending-Mexico-Spanish.pdf>
<http://www.womensworldbanking.org/wp-content/uploads/2014/10/WomensWorldBanking-Microenterprise-Individual-Lending-Mexico-Spanish.pdf>

Páginas electrónicas <http://www.inegi.org.mx/>
<https://www.gob.mx/cnbv>
<http://www.worldbank.org/>
<http://www.gob.mx/condusef>
<https://www.gob.mx/cnbv>
<http://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Paginas/Consejo-Nacional-de-IF.aspx>



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Indicadores financieros para demostrar la rentabilidad de proyectos nuevos

Área temática:

Administración contable y financiera en las organizaciones

Autores:

Dr. Aníbal Humberto Cervantes Monsreal

cermons2@gmail.com

554228925

Dra. Dorie Cruz Ramírez

cruzd_r@hotmail.com

775157154

L.E. Claudia Beatriz Lechuga Canto

claublc@uaeh.edu.mx

775189541

Grupo de Investigación

Finanzas empresariales y personales Universidad
Autónoma del Estado de Hidalgo,
Escuela Superior de Cd. Sahagún



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Indicadores financieros para demostrar la rentabilidad de proyectos nuevos

Resumen: Existe una amplia gama de posibilidades para acceder a la búsqueda de algún apoyo de tipo económico, para poder emprender y desarrollar alguna actividad nueva en una empresa existente o una que desea emprenderse.

Algunos ejemplos de fuentes de financiamiento encontramos a los ahorros personales, familiares o amigos, bancos, entidades financieras no bancarias, empresas de leasing, empresas de factoring, proveedores, emisión de acciones, emisión de bonos, canjes o trueque, socios e inversionistas.

Cada una de estas fuentes de financiamiento cuenta con requisitos a cubrir, no obstante dentro del análisis financiero, si se toman como base los indicadores TREMA, VAN, TIR, B/C, IR y PR, se contará con información necesaria para aprobar o rechazar el apoyo a un proyecto.

De ahí que el presente trabajo hace una revisión conceptual de las principales fuentes de financiamiento y además presenta una breve explicación de los indicadores de rentabilidad que harán valorar la viabilidad en la elección de las fuentes de financiamiento.

Abstract: There is a wide range of possibilities to access the search for some support economic, to engage in any new activities in an existing business or you want taken.

Examples of sources of funding are personal savings, family or friends, banks, nonbank financial institutions, leasing companies, factoring companies, suppliers, issuing shares, bond issues, swaps or barter, partners and investors.

Each of these funding sources has requirements to cover, however within the financial analysis, if taken as a basis the MARR, NPV, IRR, B / C, IR and PR indicators, there will be information needed to approve or reject support for a project. Hence, this paper makes a conceptual review of the main sources of funding and also presents a brief explanation of the profitability indicators that will assess the feasibility in choosing financing sources.

Palabras claves: Indicadores financieros, rentabilidad, fuentes de financiamiento.

Introducción

Al entender que las fuentes de financiamiento designan el conjunto de capital interno y externo a la organización, utilizados para financiamiento de las aplicaciones y las inversiones (Villegas, 2009), surge la pregunta qué fuente de financiamiento usar. La opción principal es si el financiamiento debe ser externa o interna; en esta elección debe pesar, entre otras cuestiones, la pérdida o ganancia de autonomía financiera, la facilidad o posibilidad de acceder a fuentes de financiamiento, plazo para su devolución, garantías requeridas y la tasa de interés del financiamiento,

De ahí la importancia de evaluar las fuentes de financiamiento a través de diferentes indicadores, lo cual se presenta en este trabajo, el cual está dividido en 4 apartados: el primero hace una revisión teórica del financiamiento y presenta las principales fuentes, así como una explicación breve de las instituciones financieras; en el segundo apartado se presenta la metodología para la integración de este trabajo; en la tercera, a manera de resultados se encuentran 6 indicadores de rentabilidad, que incluyen las fórmulas para su cálculo así como una

breve explicación de cada uno y finalmente, en el cuarto se presentan las conclusiones.

Financiamiento - revisión teórica

Así que si el financiamiento es el recurso monetario necesario para llevar a cabo una actividad económica, con la característica esencial que generalmente se trata de cantidades tomadas a préstamo que complementan los recursos propios (Pampillón, 2019), una buena administración financiera es un elemento vital para la planificación y aplicación óptima de los recursos económicos en una empresa, y para poder hacer frente a todos los compromisos económicos presentes y futuros, ciertos e inciertos que le permitan a la empresa reducir sus riesgos e incrementar su rentabilidad.

A decir de Pampillón (2009), el financiamiento puede clasificarse de dos maneras:

- **Financiamiento Interno.-** Es aquel que proviene de los recursos propios de la empresa, como: aportaciones de los socios o propietarios, la creación de reservas de pasivo y de capital, es decir, retención de utilidades.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

- **Financiamiento Externo.-** Es aquel que se genera cuando no es posible seguir trabajando con recursos propios, es decir, cuando los fondos generados por las operaciones normales más las aportaciones de los propietarios de la empresa, son insuficientes para hacer frente a desembolsos exigidos para mantener el curso normal de la empresa, es necesario recurrir a terceros.

Una de las principales formas de obtener financiamiento es el crédito, que no es más que el dinero que se recibe para hacer frente a una necesidad financiera y el que la entidad se compromete a pagar en un plazo de tiempo, a un precio determinado (interés), con o sin pagos parciales, ofreciendo garantías de satisfacción de la entidad financiera que le aseguren el cobro del mismo.

Fuentes de financiamiento

De acuerdo a ... (Ortiz, 2012), se consideran fuentes de financiamiento los i) ahorros personales, que no obligan a pagar intereses, ni a devolver el dinero; ii) familiares o amigos, considerada como forma sencilla cuando el dinero que se necesita es poco; iii) bancos, considerada como la forma común de obtener financiamiento, poco difícil de acceder, debido a que se solicitan requisitos como experiencia en el mercado y, en caso de tratarse de un monto elevado, garantías que podrían estar conformadas por activos de la empresa o bienes personales; iv) entidades financieras no bancarias, especializadas en pequeñas y medianas empresa, los requisitos suelen ser menores que los de un banco, con la desventaja de que el préstamo que otorgan es de menor monto, menor plazo y tener un mayor tasa de interés; v) empresas de leasing, bancos o entidades financieras con el cual se genera un contrato mediante el cual se solicita que adquiera un bien (ejemplo, maquinaria o equipo) para que posteriormente arrendarlo y, una vez culminado un plazo establecido, se tenga opción de compra; v) empresas de factoring, que son bancos o entidades financieras con las cuales se genera un contrato mediante el cual se le ceden los derechos de las cuentas por cobrar de la empresa, a cambio de que las abonen por anticipado (deduciendo intereses y comisiones que puedan cobrar); vii) proveedores, crédito comercial, ejemplo, al conseguir mercadería, materias primas o algún activo y permite pagarlo mensualmente en lugar de realizar un único pago; viii) emisión de acciones, títulos que le otorgan a quien las posea, el derecho de participar en la distribución de las utilidades de la empresa y en la distribución del capital social en caso se liquide ésta; ix) emisión de bonos, títulos de deuda que la empresa emite comprometiéndose a pagar intereses periódicos y a devolver el valor de la deuda al vencimiento de un plazo determinado, a quien los

adquiera; x) canjes o trueque con otras empresas, es decir, intercambiar un producto o servicio por otro, por ejemplo pagar anuncios o publicidad con nuestros productos; xi) socios, que son las personas interesadas en la empresa, que además de querer invertir en ella, esté dispuesta a compartir el riesgo del negocio; xii) inversionistas, entidades de capital de riesgo o inversionistas ángeles (a diferencia de entidades de capital de riesgo, utilizan fondos propios y no de terceros), o cualquier persona, empresa o entidad que desee invertir en la empresa a cambio de un porcentaje de utilidad.

Al hacer referencia a los bancos, la tercera fuente de financiamiento presentada, Villegas (2009) los clasifica en dos grandes grupos: propiedad y actividad:- *Propiedad*: entre los bancos de propiedad, se encuentran los a) públicos, que es capital aportado por el Estado de cada país; b) privados, que trabajan con autonomía, el capital lo aportan accionistas particulares de capital nacional o extranjero; c) mixtos, constituídos con aportaciones estatales y de capital privado.

- *Actividad*: entre estos se encuentran a) banco central o emisor, también llamado “banco de bancos”, que son entidades encargadas de dirigir y supervisar el funcionamiento del sistema financiero de un país; b) banco comercial, entidad que ofrece todas las operaciones que solicitan los clientes (depósitos, préstamos, cuentas corrientes y financiamiento de operaciones ya sea dentro o fuera del país de origen); c) banco de inversión, ofrece productos de inversión tanto a particulares como a empresas; d) banca corporativa, ofrece productos específicos a empresas para que puedan desarrollar su actividad; e) banco de consumo o retail, que se enfoca sólo a las personas, sus productos se refieren a cuentas corrientes, tarjetas de crédito y créditos de consumo; f) cajas de ahorro, que son entidades sin ánimo de lucro de carácter social, orientadas a apoyar el ahorro de pequeños inversores; g) bancos hipotecarios, que son concesiones de préstamos para la compra o reforma de viviendas e inmuebles con garantía hipotecaria; h) bancos de Tesorería, dan soporte a operaciones entre empresas que requieren una importante aportación de capital. No suelen tener clientes que sean personas físicas ni tienen oficinas abiertas al público.

Instituciones financieras

Las instituciones financieras se definen como las entidades con fin de lucro, destinadas a la captación y colocación de dinero del público, personas naturales o jurídicas. Las financieras son intermediarios de servicios de ahorro y préstamo, fundamentales para la economía de las



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

sociedades y su crecimiento (Villegas, 2009). Dentro de las financieras, se encuentran los bancos, cajas de ahorro, cooperativas, fiduciarias y compañías de Financiamiento comercial, en donde los bancos son las financieras que más servicios prestan a los clientes, con los de ahorro y crédito, los de moneda extranjera, fiducia, giros, remesas, transferencias entre cuentas, la misma cuenta corriente, los cajeros automáticos, la banca móvil, banca virtual y todos los que involucren movimiento y administración del dinero por parte de las financieras.

A decir de Ortiz (2012), estas se usan para ingresar o retirar dinero, propio o prestado, para aumentarlo, trasladarlo, custodiarlo, recaudarlo y pagarlo. Las aplicaciones de las financieras se relacionan con los servicios de intermediación financieras del dinero para poder cumplir con su misión de captación, colocación, custodia y manejo del dinero en efectivo o con medios plásticos, electrónicos y virtuales.

Al respecto, Villegas (2009) establece que existen financieras públicas y privadas; su principal diferencia es en el origen del capital, la composición de los socios y la elección del presidente y junta directiva; también se presentan diferencias en la orientación de los servicios y mercado objetivo, en el caso de las entidades controladas por el gobierno, la orientación de los servicios es el de apoyar las políticas económicas y los sectores que requieren más apoyo, como pueden ser la agricultura, la ganadería, la construcción, sectores industriales neurálgicos y/o tradicionales de cada país. Villegas (2009) agrega que el objetivo de las financieras es guardar y custodiar el dinero depositado por los clientes a través de sus diferentes productos, cuentas corrientes, cajas de ahorro, depósitos a plazo, y las diferentes alternativas de inversión. Para ello, su estructura se basa en buena ubicación de oficinas y sucursales, acceso teléfono, portal de internet, terminales de autoservicio, puntos de venta en comercios, medios de pago y representantes no bancarios, para acercar y facilitar los servicios de las financieras con los clientes.

Pampillón (2009) clasifica a las instituciones financieras por el origen del capital, por su objeto social o por la especialización en servicios. Respecto al origen del capital, pueden ser públicas, privadas o mixtas; respecto al objeto social, son comerciales, de negocios o industriales y finalmente en cuanto a la especialización en servicios, son de ahorro y crédito, de negocios internacionales, banca electrónica y virtual, de consumo o empresarial, de primero o de segundo piso, de cubrimiento local o nacional, de financiación de vivienda o vehículos o de inversión.

A decir de Ortiz (2012), aunque las financieras están legalmente constituidas y vigiladas por la superintendencia

bancaria, pues garantizan dinero protegido y a salvo, cumplen las promesas realizadas e intereses pactados por las financieras en el campo del ahorro e inversión, calidad de servicio, necesidades satisfechas, sirven de referencia y recomendación para operaciones comerciales, este mismo autor hace referencia a que en general, el mayor riesgo se enfoca en los productos de captación, considerando que se compromete el dinero de los clientes, no obstante, se exigen seguros que respalden parte del mismo.

Villegas (2009) a nivel macro hace respalda la conveniencia de las financieras, en cuanto a que son benéficas para las economías porque son intermediarios entre los que les sobra y los que necesitan dinero para mantener un equilibrio. Son útiles a los clientes en general, ya sean personas físicas o morales, para atender sus necesidades particulares necesidades. Las financieras son medios útiles para el gobierno a fin de incentivar y reforzar sus políticas monetarias y de desarrollo económico de los sectores que más lo necesitan.

Bajo este contexto, para las personas morales o personas físicas que desean emprender o desarrollar alguna nueva actividad en su negocio, pero no cuentan con el recurso económico suficiente, las diferentes fuentes de financiamiento les solicitan cubrir diversos requisitos, en los que se demuestre la viabilidad y rentabilidad de la nueva actividad que desea realizar la empresa en marcha o el proyecto que se desea emprender.

Por lo general se demuestra la viabilidad y rentabilidad, en un documento que detalle todos los estudios requeridos para demostrar que la nueva propuesta tendrá un desarrollo correcto en su implementación. Dentro del proyecto de inversión, un apartado es el estudio financiero el cual, bajo diferentes indicadores, muestra qué tan rentable sería el proyecto, en un tiempo estimado, de los cuales se presentarán 6 en el apartado de resultados.

Metodología

La metodología empleada para el presente trabajo es documental, a través de una revisión bibliográfica de autores que explican cada uno de los indicadores financieros. La recolección de la información se hizo a través la observación.

Resultados

La revisión hecha sugiere considerar seis indicadores de rentabilidad; TREMA, VAN, TIR, B/C, IR y PR, los cuales, en función a los resultados que en conjunto arrojen, se podrá determinar qué tan rentable, dentro de un



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

panorama temporal estipulado, es el proyecto. Al respecto, se recomienda que el espacio temporal para evaluar proyectos sea de tres a cinco años, dependiendo de la naturaleza del mismo; dentro de ese tiempo determinado para la evaluación, los indicadores deberán presentar resultados positivos y de esta forma las fuentes de financiamiento determinar si aprobar o rechazar el financiamiento.

Para realizar el análisis basado en los indicadores de financiamiento, se debe de considerar el manejo del capital a valor presente, contemplando el criterio del valor del dinero en el tiempo.

Valor del dinero en el tiempo

Este concepto surge para estudiar de qué manera el valor del dinero en el presente o futuro se convierten en otra cantidad, dependiendo del periodo o plazo, se quiera analizar y corroborar cómo es que el dinero va perdiendo su valor, conforme el tiempo va transcurriendo, aunado a diferentes eventos que impacten directamente en él. Esta transferencia o cambio del valor del dinero en el tiempo es producto de la agregación o influencia de diferentes tasas, que interactúan con él, como lo es la inflación, intereses, devaluaciones, etc., en general cualquier tasa que participe en la dinámica del quehacer diario del dinero con su contexto, a nivel nacional e internacional.

Valor actual

Para calcular la cantidad de dinero en el presente, se utiliza la siguiente formula:

$$V_A = \frac{V_n}{(1+i)^n}$$

VA = Valor Actual
Vn = Valor Futuro
i = Tasa
n = Plazo

Valor Futuro

Para calcular la cantidad de dinero en el futuro, se utiliza la siguiente formula:

$$V_n = V_A (1+i)^n$$

Vn = Valor Futuro
VA = Valor Actual
i = Tasa
n = Plazo

Tasa de Rendimiento Mínima Aceptada (TREMA)

Es la tasa que representa una medida de rentabilidad, la mínima que se le exigirá al proyecto de tal manera que permita cubrir capacidad de endeudamiento, totalidad de la inversión inicial, egresos de operación, intereses que deberán pagarse por aquella parte de la inversión financiada con capital ajeno a los inversionistas del proyecto, impuestos y la rentabilidad que el inversionista exige a su propio capital invertido

Para determinar la TREMA se deben de considerar elementos como la tasa de inflación, tasa de interés de un banco, riesgo de la empresa, tasa de rendimiento mínimo de inversión (lo que te gustaría tener de ganancia por una inversión).

A mayor TREMA, los flujos de una empresa deben ser mayores, cuanto mayor sea se espera más del proyecto. La TREMA es lo que el inversionista espera como rendimiento mínimo de su inversión.

Valor Actual Neto (VAN) o Valor Presente Neto (VPN)

$$VAN = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{FN_j}{(1+i)^j}$$

El VAN o VPN es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

El VAN es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. Permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: maximizar la inversión.

La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros. Para poder calcular el VAN, deben de traerse los flujos a valor presente. Existen algunos criterios sobre el VAN:

- VAN mayor a CERO, se acepta el proyecto. (VAN > 0, se acepta)
- VAN igual a CERO, decisión del inversionista. (VAN = 0, decisión del inversionista)
- VAN menor a CERO, no se acepta el proyecto. (VAN < 0, no se acepta)

Tasa Interna de Retorno (TIR)



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

$$TIR = \text{Tasa Menor} + \left(\left(\frac{\text{Diferencia entre tasas}}{\text{entre tasas}} \right) * \left(\frac{\text{VAN de la tasa más baja}}{\text{Suma absoluta de VAN's}} \right) \right)$$

Determina la rentabilidad de un proyecto con base en el valor presente neto de los flujos de efectivo calculados a diversas tasas de rendimiento.

La tasa de rentabilidad que aplica a los flujos de efectivo anuales durante el periodo considerado. Permite igualar la suma de los flujos de efectivo actualizados con la inversión prevista, es la tasa interna de rendimiento del proyecto, o sea la tasa de interés esperable por la inversión no recuperada a través de los flujos de efectivo anuales.

TIR > TREMA: Se acepta el Proyecto
VAN +

TIR = TREMA: Se acepta el Proyecto
VAN = 0

TIR < TREMA: Se rechaza el Proyecto VAN -

La tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones. También se conoce como la tasa de flujo de efectivo descontado de retorno. En el contexto de ahorro y préstamos a la TIR también se le conoce como la tasa de interés efectiva. El término interno se refiere al hecho de que su cálculo no incorpora factores externos (por ejemplo, la tasa de interés o la inflación).

Las tasas internas de retorno se utilizan habitualmente para evaluar la conveniencia de las inversiones o proyectos. Cuanto mayor sea la tasa interna de retorno de un proyecto, más deseable será llevar a cabo el proyecto. Suponiendo que todos los demás factores iguales entre los diferentes proyectos, el proyecto de mayor TIR probablemente sería considerado el primer y mejor realizado.

Relación Beneficio/Costo (B/C)

Es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión. Pretende determinar la conveniencia de proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costos y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto.

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

$$B/C = \frac{\text{Suma total de ingresos actualizados}}{\text{Suma total de costos actualizados, más inversión}}$$

Por cada \$1 de inversión total, se espera una utilidad de “X” centavos.

Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados.

Índice de Rentabilidad (IR)

Es un método de valoración de inversiones que mide el valor actualizado de los cobros generados, por cada unidad monetaria invertida en el proyecto de inversión. Análiticamente se calcula dividiendo el valor actualizado de los flujos de caja de la inversión por el desembolso inicial.

$$IR = \frac{\text{Suma de flujos netos actualizados}}{\text{Inversión}}$$

Por cada \$1 invertido, se espera una ganancia de “X” centavos.

Según el índice de rentabilidad son efectuables aquellas inversiones que tengan un valor superior a la unidad, ya que en caso contrario los cobros generados actualizados son inferiores a los pagos.

Periodo de Recuperación (PR)

Es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

$$PR = \frac{\text{Inversión}}{\left(\frac{\text{Suma total de flujos netos actualizados}}{\text{Plazo}} \right)}$$

Periodo de recuperación, en años.

Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

Conclusiones

Existe una gran variedad de posibilidades como fuentes de Financiamiento, para poder elegir la correcta, se debe de tener muy claro cuál es el perfil del proyecto, no todas las fuentes de financiamiento, aplican para todos los proyectos.

Cuando se determina cual es la fuente de financiamiento adecuada, se deberá de presentar la documentación correcta, con los estudios requeridos, para poder demostrar la viabilidad y rentabilidad del mismo.



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Considerando que las fuentes de financiamiento, proporcionaran el recurso económico con el que no se cuenta, se deberá poner vital atención en el análisis financiero, considerando que será uno de los puntos nodales, para la aprobación del proyecto. Dentro del trabajo, se consideraron seis indicadores, por su relevancia e impacto que pueden demostrar, dentro de su análisis y espacio temporal que se considere como tiempo de evaluación del proyecto.

Referencias bibliográficas

- Ortiz, J. (2012). El sistema financiero. EDITEX: México.
Pampillón, F. (2009). Introducción al sistema financiero. UNED: México.
Villegas, E. (2009). Sistema Financiero de México, 2ª edición, McGraw-Hill Internacional: Méxic



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Área temática 2 CAPITAL HUMANO EN LAS ORGANIZACIONES



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

**Análisis del instrumento para conocer el desarrollo del capital intelectual
dentro la jefatura de una universidad pública.**

ÁREA TEMÁTICA: *Capital* Humano en las Organizaciones

AUTORES: LIC. Flores Rodríguez Elvira Maribel

M.en A.Chávez Hernández Noé

INSTITUCIÓN DE PROCEDENCIA:

TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COACALCO.

CORREOS:

lebiram2124@hotmail.com

noahchh@crawler.com

Números telefónicos:

044 5539064591

044 5545864228



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Análisis del instrumento para conocer el desarrollo del capital intelectual dentro la

jefatura de una universidad pública

Resumen: *Este paper presenta el avance del análisis de un instrumento que permite conocer el nivel de desarrollo del capital intelectual dentro de una jefatura de universidad pública, y que es parte del proyecto de desarrollo de tesis de grado, en el que se pretende crear el diseño de un modelo de capital intelectual para una institución de educativa pública. Si bien es cierto que las instituciones privadas se caracterizan porque en los últimos tiempos, su valor se ve reflejado y valuado por los intangibles que poseen, también lo es que las dependencias de gobierno no son ajenas a la gestión del conocimiento, pues igualmente los servidores públicos adquieren y desarrollan conocimientos y habilidades profesionales, que se ven reflejadas en el desempeño laboral para beneficio de la ciudadanía; a éstas competencias intangibles se llama Capital Intelectual. El presente avance de investigación tuvo como objeto, la validación del instrumento que ayude a determinar el grado de desarrollo del Capital Intelectual dentro de la Jefatura de División de una Universidad de Gobierno. Para efecto de este trabajo, el diseño de la metodología fue cuantitativo de corte transversal. Se realizó la prueba de confiabilidad de un instrumento inédito, a través de una prueba piloto, en el que se midieron las dimensiones del capital intelectual: humano, estructural y relacional. Con los resultados se probó la confiabilidad, la validez y la objetividad. Los resultados obtenidos.*

Abstract: *This paper presents the progress of analysis of an instrument that allows to know the level of development of intellectual capital within a head of university government, and that is part of the development project thesis, which aims to create designing a model of intellectual capital for a public educational institution. While it is true that private institutions are characterized in recent times, its value is reflected and valued by the intangibles they have, it is that government agencies are not alien to knowledge management, thus also servers public acquire and develop professional knowledge and skills, which are reflected in job performance for the benefit of citizens; to these intangible skills it is called Intellectual Capital. This research was advancing object validation tool to help determine the degree of development of intellectual capital within the Headquarters Division of University Government. For purposes of this paper, the design of the methodology was quantitative cross-section reliability test of an unprecedented instrument was performed through a pilot test, in which the dimensions were measured intellectual capital: human, structural and relational. With the results the reliability, validity and objectivity tested.*

Palabras claves: Capital Intelectual, Institución educativa gubernamental, gestión del conocimiento.

Introducción

A efecto de este trabajo se requiere resaltar la importancia del capital intelectual en instituciones educativas gubernamentales, así como, particularmente, presentar la metodología acorde para realizar el diagnóstico del Capital Intelectual en una jefatura dentro de una institución educativa de gobierno, partiendo de un instrumento inédito y validado, en el que se indicarán los valores de consistencia.

Se han construido diversos modelos de capital intelectual para instituciones privadas (Cardona, 2011), pero muy difícilmente para las públicas, sin embargo esto no significa que no tengan un capital intelectual que sea adecuado para su organización, por ello es necesario que para satisfacer las necesidades de la ciudadanía identifiquen el modelo de capital intelectual con el que cuentan y que lo desarrollen apropiadamente para que pueda cumplir con la razón de ser de las instituciones que se plantean (Chávez, Espinosa y Velázquez, 2016).

Particularmente, cuando una institución educativa no tiene identificado su capital intelectual que posee y que ayude a potencializar éstos intangibles, se tiene una desventaja competitiva frente a otras instituciones educativas (Chávez et al, 2016).

Una institución educativa, debe contar con su propio modelo de capital intelectual, con el que según la naturaleza de sus actividades, tendrá que orientar a sus educandos en una formación profesional efectiva que cumpla con los requerimientos laborales actuales, y con las didácticas innovadoras de aprendizaje; por lo que sus intangibles deben estructurar y desarrollar capacidades con las que cumplan sus propósitos de acción.

De esta manera, los intangibles juegan un papel relevante, por convertirse en una ventaja competitiva si se gestiona de manera adecuada (Bueno y Campos, 2003), pues son recursos que todo el tiempo trabajan con la gestión del conocimiento, tanto en su personal como con sus alumnos. Se cree que el valor de una organización o institución pública no tiene la capacidad organizacional, tecnológica, de conocimiento y ni la experiencia que necesitan los



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

ciudadanos para satisfacer las necesidades que éstos requieren (Monreal, 2004), esto también se ve reflejado en la poca intervención de las tecnologías e infraestructura, sin embargo se considera que se puede aumentar la capacidad de trabajo y el desarrollo de nuevos servicios públicos con el uso de esas herramientas.

El resto de éste *paper* está organizado de la siguiente manera. En la Sección 2 se muestra la teoría respecto a los elementos del Capital Intelectual, así como otros casos de estudio previos a cómo detectar y gestionar el Capital intelectual en otras universidades de gobierno. El análisis para verificar la confiabilidad y objetividad del instrumento para conocer el capital Intelectual con el que cuenta una jefatura de división de una universidad pública, se encuentra en la Sección 3, la sección 4 se encuentra ubicada la metodología empleada en el artículo, los resultados encontrados en la aplicación del presente instrumento de prueba, se encuentra en la sección 4, mientras que la discusión se encuentra en la sección 5, la sección 6 refiere a conclusión y trabajos futuros, pues como se manifestó, el análisis del instrumento para conocer el desarrollo del Capital intelectual en la jefatura de una institución de educación superior pública, es parte del avance de tesis para la obtención de grado, y finalmente en la Sección 7 se hace referencia a las referencias consultadas.

Capital Intelectual y la Gestión del Conocimiento

Tratar de definir el Capital intelectual, resulta un poco complejo, en virtud de que se a pesar de ser un tema nuevo, hay muchos autores que definen al Capital intelectual con diferentes elementos (Chávez et al, 2016).

El Capital Intelectual refleja activos intangibles tales como: la capacidad de una empresa para aprender y adaptarse a las nuevas tendencias de la economía de los mercados y de la administración, con énfasis en la gestión del conocimiento como el acto más significativo de creación de valor (Monagas-Docasal, 2012). Con ello las instituciones generan un valor agregado en su competitividad, máxime si su naturaleza es la de coadyuvar a la gestión y desarrollo del conocimiento y de nuevas competencias profesionales entre los alumnos. La ventaja competitiva que tiene una organización, radica en que sus colaboradores tengan la capacidad de utilizar las tecnologías de información y comunicación para automatizar y aplicar la información de su organización, para beneficio de la misma. (Maidelyn Díaz Pérez, 2009) Así también, en las instituciones educativas gubernamentales, deben identificar, desarrollar y gestionar el capital intelectual que poseen, en virtud de que son ellas

las que constantemente gestionan el conocimiento. Con el propósito de aprovechar el conocimiento generado en las Instituciones de Educación Superior, en Europa han surgido modelos de capital intelectual para vislumbrar los elementos que más contribuyen al desarrollo y consolidación de este importante recurso, en el entendido de que el Capital Intelectual es la posesión de habilidades, destrezas, experiencia aplicada, tecnología y relaciones que permiten vislumbrar al conocimiento como una ventaja competitiva. (Nava-Rogel, 2001), sin embargo y debido a la naturaleza y de éstos casos de estudio, es conveniente que cada institución cuente con su propio capital intelectual para que sea gestionado adecuadamente.

Estos modelos pueden no pueden adaptarse ni adoptarse a las Instituciones de Educación Superior Mexicanas (Kerlinger y Lee, 2002), ya que su diseño se basa en las circunstancias propias de esas regiones y en muchas ocasiones distan completamente de las de nuestro país.

Para poder identificar el modelo de capital intelectual con el que cuenta una institución educativa de gobierno es importante conocer los elementos que integran el Capital Intelectual:

Capital Humano

La competitividad en las Instituciones Educativas es fundamental para su permanencia en la actualidad, ofrecer un servicio de calidad en todas sus áreas, genera el desarrollo de habilidades y competencias en su personal, en consecuencia se refleja en la capacidad de encontrar, desarrollar y potencializar las habilidades y competencias de los alumnos que reciben el servicio educativo. (Bueno Campos, 2003) Es importante que las Instituciones de Educación Superior de gobierno se identifiquen y se formalice adecuadamente al Capital Humano con el que se cuenta, pues de éste depende el buen gestionamiento del conocimiento.

En la gestión educativa se deben contar con procesos de diagnóstico, planeación, ejecución, seguimiento, evaluación y de reconocimiento relacionado con el mejoramiento de la calidad educativa y por ende para perfeccionar el desarrollo del diseño, ejecución y evaluación de las acciones que sustentan la misión institucional, promoviendo el uso efectivo de recursos y procesos idóneos para una mejora continua. (Isabel, 2014). El personal docente de una institución debe contar con todos los elementos necesarios para un mejor desempeño laboral, es decir se le debe capacitar, adiestrar y



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

retroalimentar respecto a su desempeño profesional dentro de las instituciones.

Capital Relacional

Las empresas tienen constante interacción con el exterior y es posible que algún tipo de relaciones le aporten valor. Así el prestigio, las marcas, la confianza y la imagen corporativa juegan un rol estratégico en tal sentido. (Ramírez Cedillo & Gaona Montiel, 2012). Las instituciones de educación superior gubernamentales deben conocer a sus stakeholders ⁽¹⁾, pues estos generan conocimiento y crean valor a largo plazo, convirtiéndose la comunicación corporativa en un elemento estratégico de divulgación del Capital Relacional.

Las organizaciones proveen información sobre aquellos valores intangibles que las pueden identificar frente al resto de sus competidores, máxime si se tratan de organizaciones en el que todo el tiempo gestionan el conocimiento. En ese orden de ideas el suministro de información voluntaria sobre el Capital Relacional puede mejorar el prestigio y reputación de la organización frente a sus stakeholders y las relaciones empresa-stakeholders, al generar más confianza si ofrece información más completa y transparente (Tejeda Romero, 2013). Por ello es importante que las instituciones de gobierno de educación superior tengan claro la manera de identificar, gestionar e impulsar el capital relacional.

Capital Estructural

Así bien, se entiende como el conocimiento que la empresa ha podido interiorizar de forma independiente a la persona, en cierta medida son legados que han dejado algunos trabajadores y que tienen que ver con activos de propiedad intelectual, como lo son los secretos de fabricación, derechos de propiedad como marcas, patentes, diseños y modelos de utilidad, etc. Y los activos de infraestructura como lo son las metodologías y procesos que hacen posible la realización de las actividades de las empresas. (Ramírez Cedillo & Gaona Montiel, 2012). En las instituciones de educación superior de gobierno es importante que se tenga claro e identificado, el proceso que conlleva el capital estructural, es decir, que se promuevan y se valoren las investigaciones y en general todos los procesos de propiedad intelectual que puedan generar los docentes dentro de las áreas específicas.

Las estructuras organizativas formalizadas están caracterizadas por procedimientos explícitamente articulados y escritos, descripciones de puestos precisas que intentan anticipar las eventualidades, organigramas detallados, planes operativos claros que desarrollan los estratégicos, sistemas de objetivos bien delimitados, de tal manera que se reduzca la flexibilidad de los individuos a la hora de trabajar. (Camps Torres & Luna-Arocas, 2008) En efecto, los docentes dentro de las instituciones de gobierno deben contar con horas clase acorde a su perfil, así como que la misma institución tenga a bien diseñar los perfiles adecuados para la designación de materias para cada docente.

Así mismo el capital estructural se divide en capital tecnológico y capital organizacional, el primero se refiere al conocimiento implícito y explícito, formal e informal que de manera efectiva y eficiente estructura, organiza y desarrolla las actividades de la empresa, incluye la cultura. Mientras que el segundo es el aprendizaje organizacional en la renovación de los procesos, incluyendo la cultura de la empresa, la organización estructural, el aprendizaje organizacional, los procesos operacionales y los sistemas de información. (Ramírez Cedillo & Gaona Montiel, 2012). Es necesario que las instituciones de educación superior cuenten con procesos de formación, e integración de su personal docente y administrativo, para que con ello se minimicen tiempos y se implemente la mejora continua. El concepto de capital social organizacional representa la competencia colectiva que emerge de la posesión de un conjunto de activos intangibles presentes en las relaciones sociales internas y externas de una empresa. Resulta claro que es un activo inmaterial que contribuye a la creación de ventajas competitivas empresariales en su rol de facilitador de los procesos de generación de conocimiento e innovación. (Román Castillo, Castillo, Gómez Mejía, & Smida, 2013). Las instituciones de educación superior se caracterizan por el comportamiento y las actividades que llevan a cabo los integrantes de las instituciones, por lo que se considera que es una parte importante para el logro de *éstos grupos pueden afectar o ser afectados por el logro de los propósitos de la organización*. los objetivos empresariales por conducto de su personal docente y administrativo.

En algunas organizaciones el capital organizacional es considerada la base para generar estrategias de calidad y

¹ Son aquellos grupos que son vitales para el crecimiento continuo y sobrevivencia de cualquier empresa. Así como



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

servicio al cliente y de innovación, y por consiguiente el más importante para la implementación y mantenimiento de ventajas competitivas sostenibles dentro de las organizaciones.

En ese orden de ideas se desprende que existe una estrecha y significativa relación entre el capital organizacional y las estrategias de innovación y calidad. (Suárez Núñez & Marlene, 2008). En efecto, las instituciones educación superior de gobierno deben mantener la relación estrecha entre la calidad del servicio que ofertan a los alumnos y éstos últimos, pues al estar gestionando constantemente con el conocimiento, es importante que se sepan gestionar y desarrollar apropiadamente las habilidades profesionales en los educandos, por lo que, en algunas ocasiones, resulta complicado que se desarrolle convenientemente el aprendizaje organizacional, pues éste se ve influenciado por el sistema en que se encuentran.

Derivado de lo anterior las organizaciones con un fuerte capital organizacional crearán condiciones favorables para utilizar capital humano, permitiendo que alcance su máximo potencial, así dado que con esto las instituciones aumentarían su capital organizativo y relacional, siendo este capital, un factor importante a la hora de tomar decisiones. (Abello Romero, Mancilla M., & Arismendi, 2013)

Otros autores han referido respecto a la importancia de identificar, conocer y gestionar adecuadamente el Capital Intelectual dentro de las instituciones de educación superior, debido a que su principal activo reside en la creación, desarrollo y difusión del conocimiento (Yolanda, 2000). De ahí la importancia de, primeramente, detectarlo y, en segundo lugar gestionarlo adecuadamente, para que sus colaboradores puedan tramitar ampliamente su conocimiento. A pesar de sus principales insumos y resultados que básicamente son intangibles, existen muy pocos instrumentos para medirlos y gestionarlos, de hecho, hasta el momento solamente unas pocas universidades se han lanzado al desafío de intentar medir y gestionar y presentar información sobre su capital intelectual (Yolanda, 2000). En el presente artículo se analiza el instrumento propuesto que identificará el tipo de capital intelectual con el que cuenta una jefatura de división dentro de una institución de educación superior de gobierno.

Otros autores no sólo esperan identificar y gestionar el capital intelectual, sino que también manifiestan la importancia de administrar el conocimiento, de esta manera bucia contriesperna realizar una contribución a través de la proposición de estrategias que maximicen la genereación del mismo dentro de las Instituciones de

Educación Superior que permita identificar elementos intervinientes en la mejor gestión de dicho elemento. (Zorrila Del Castillo, 2010)

A su vez Martín-de Castro (2012), concluye que es necesario identificar, primeramente los elementos que integran el capital intelectual, siendo éstos: el Capital Humano, el Capital Tecnológico, el Capital Organizativo y el Capital Relacional; siendo el origen del Capital Tecnológico y del Capital Organizativo, el Capital Estructural, en segundo lugar, para realizar los la medición del Capital Intelectual se debe centrar en uno de los elementos del intangible, sin embargo de acuerdo a esta investigación, se sugiere que para medir el capital intelectual de las instituciones de educación superior, es necesario que se centren en alguno de los elementos de dicho capital, pues la mayoría de las estudios empíricos realizados hasta ahora, así se lleva a cabo. (Martín-de Castro, 2012).

Análisis para verificar la confiabilidad y objetividad del instrumento para conocer el capital Intelectual con el que cuenta una jefatura de división de una universidad pública

El instrumento para conocer el capital Intelectual con el que cuenta una jefatura de división de una universidad pública, la confiabilidad y validez de éste, fue probada mediante el programa SPSS, donde se tomaron en consideración los elementos principales del Capital Intelectual, como lo fueron el capital humano, capital estructural y relacional, elementos que son esenciales para el diagnóstico del Capital. Dentro de dicho instrumento se tomó en consideración la escala de Likert que nos permitió medir actitudes, así como conocer el grado de conformidad del encuestado respecto a los elementos anteriormente. En el instrumento que nos permitirá conocer el tipo de capital intelectual con el que cuenta nuestro caso de estudio, se utilizó la escala de Likert de 7 niveles, para obtener mayor precisión en los resultados; donde 7 se clasificó como totalmente de acuerdo, 6 parcialmente de acuerdo, 5 de acuerdo, 4 ni en acuerdo ni en desacuerdo, 3 en desacuerdo, 2 parcialmente en desacuerdo y 1 totalmente en desacuerdo.

El instrumento fue realizado de propia autoría donde se formularon las preguntas de acuerdo a la teoría de los elementos del capital intelectual, así como a la observación del caso de estudio, se construyó de 68 preguntas, donde las primeras 21 fueron en relación al capital humano, de la 22 a la 47 relacionadas con el capital estructural y de la 48 a la 68 del capital Relacional.



5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Como se observa en la escala general, la estadística de fiabilidad de Alfa de Cronbach respecto a los 68 ítems es de .980, por lo que al ser superior a 700, los valores son muy aceptables, porque dan un nivel alto de confiabilidad, como se observa en la tabla marcada con el número 1.

Tabla 1: Scale general.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .980 | 68 |

Fuente: Elaboración propia

En relación a todas las variables se obtiene un resultado óptimo, pues la puntuación de todos los ítems es de 975, como se observa en la tabla 2.

Tabla 2. Scale: ALL VARIABLES

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .975 | 68 |

Fuente: Elaboración propia

Los ítems marcados del 1 al 22 en **relación al capital humano**, donde se estructuraron preguntas para valorar si el personal adscrito a la jefatura de estudio está abierto al cambio, así como, si la institución educativa fomenta el trabajo en equipo, la investigación, la retroalimentación hacia el personal, si el caso de estudio promueve la búsqueda de soluciones, el desarrollo de las competencias de los docentes adscritos a la jefatura en cuestión, al correrse en el programa SPSS la estadística de confiabilidad se desprende que tiene .951 puntos, resultando que el nivel de confiabilidad es mayor, pues los valores que de éstas preguntas se desprenden son muy aceptables, así como se observa en la tabla 3.

Tabla 3, Scale: Capital Humano

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .951 | 22 |

Fuente: Elaboración propia

En relación a los elementos que constituyen el **Capital Estructural** se formularon preguntas que se permitiera

conocer si el personal docente adscrito a la jefatura desarrolla trabajos innovadores, si el departamento en donde se encuentran adscritos se promueve la certificación del área, así como si se emplea tecnología que esté a la vanguardia y a la altura de sus necesidades, si se promueve la investigación dentro del área, así como si se cuenta con los procesos adecuados para: el reclutamiento del personal idóneo, la capacitación de los colaboradores, así como el debido proceso para que exista una comunicación óptima entre jefes y colaboradores o entre los mismos colaboradores. De acuerdo a la prueba de alfa de cronbach y como se aprecia en la tabla 4, los valores son aceptables, en virtud de que se obtuvieron 9.39 puntos, por lo tanto son valores muy aceptables por el nivel alto de confiabilidad.

Tabla 4. Scale: Capital Estructural

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .939 | 26 |

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los elementos del **capital organizacional**, se realizaron 20 preguntas, en donde se consideraron variables como si la institución educativa pública, conoce: sus principales competidores, si cuenta con estrategias para generar alianzas con editoriales, si tiene estrategias para retener a sus alumnos(en caso de deserción), o nuevos procesos de captación de alumnos, si desarrolla procesos para la generación de becas tanto a su personal como a los alumnos adscritos a la jefatura de estudio.

Como se desprende de la prueba de alfa de cronbach, los ítems pertenecientes al presente capítulo tienen un nivel de confiabilidad alto, pues supera los 700 puntos que indican que los valores son muy aceptables. Tal y como se muestra en la tabla 5.

Tabla 5. Scale: Capital Organizacional

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .931 | 20 |

Fuente: Elaboración propia



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Metodología

La metodología trazada fue cuantitativa porque se planteó un problema de estudio delimitado y concreto dentro de una Jefatura de División de un Tecnológico de Estudios Superiores. Se hizo la recolección de datos a través de la aplicación de un instrumento de prueba, las preguntas versaron sobre cuestiones específicas del Capital Humano, Capital Intelectual y Capital Relacional, se realizaron sondeos y encuestas a los adscritos al área para determinar el contexto real en relación al caso de estudio. Dicho instrumento de medición se probó en el programa SPSS para medir la confiabilidad, la validez y la objetividad del mismo. Fue proyectiva, porque se exploró, describió, analizó el capital intelectual dentro del caso de estudio. El Criterio es transversal en virtud de que se analizará en tiempo actual de acuerdo al fenómeno que se miden en unidad de estudio.

Resultados

Los resultados obtenidos en la prueba de validez y confiabilidad que arrojó el programa SPSS fue óptimo, pues como se demostró en el análisis de cada uno de los elementos que componen los elementos del capital intelectual las preguntas versadas en ellos, el resultado fue con un nivel de confiabilidad, validez y objetividad alto, pues en los ítems descritos se aprecia un puntaje mayor a 700, teniendo en consecuencia que las variables plasmadas son muy aceptables.

De la figura 1 se desprende que en la escala general, la estadística de fiabilidad de Alfa de Cronbach respecto a los 68 ítems que se aplicaron, fue de .980, por lo que al ser superior a 700, los valores son muy aceptables, resultando un nivel alto de confiabilidad de manera general del instrumento aplicado a prueba.

Mientras que en la tabla 3, que se encuentra en relación al capital humano la estadística de confiabilidad se desprende que tiene .951 puntos, resultando que el nivel de confiabilidad es mayor, pues los valores que de éstas preguntas se desprenden son muy aceptables.

Sin embargo en la tabla 4, respecto al capital estructural la prueba de alfa de cronbach, los valores son muy aceptables, en virtud de que se obtuvieron .939 puntos, por lo tanto el nivel de confiabilidad es muy alto.

Finalmente, como se desprende de la prueba de alfa de cronbach, los ítems pertenecientes al capital organizacional, el nivel de confiabilidad, validez y

objetividad es muy alto, pues supera los .939 puntos que indican que los valores son muy aceptables. Tal y como se muestra en la tabla 5.

Discusión

El análisis del presente instrumento de prueba arroja que existe incertidumbre entre los colaboradores que se encuentran adscritos a la institución educativa pública, lo anterior así en virtud de que se ve reflejado que dicho comportamiento se ve influenciado por el sistema en el que se desenvuelven, pues las costumbres, características de las regiones, incluso el mismo sistema influyen para que pueda aplicarse de manera óptima.

Es importante rescatar que el instrumento de prueba aplicado en una institución de gobierno de manera general, arrojó que los colaboradores presentan un sentimiento de incertidumbre al contestarlo, pues manifestaban un incertidumbre laboral, cuestionando si ello servía para permanecer dentro de su área de trabajo, en algunas otras ocasiones la aplicación y devolución del mismo tardaba un poco más, pues se observó que la mayoría de los colaboradores que retrasaron la devolución para su validez eran los de mayor edad y antigüedad dentro de la institución educativa, mientras que las personas que tienen poco tiempo laborando en la institución y, en algunos casos, las de menor edad, se comportaron con gran entusiasmo y con un gran espíritu de colaboración; sin embargo ello no invalida la prueba de confiabilidad, validez y objetividad del instrumento, pues del análisis se desprende que los valores son muy aceptables, de acuerdo a la prueba de confiabilidad del programa SPSS.

Efectivamente como se observó en estudios previos, expuestos en el presente artículo, el modelo capital intelectual de una institución de educativa pública, varía de acuerdo a cada región, país o estado, es por ello que se debe de primeramente diagnosticar el tipo de capital intelectual con el que cuenta cada una de las instituciones educativas, para posteriormente diseñar un instrumento que sea adecuado para la detección del capital intelectual que la institución educativa de gobierno posee, para poder gestionarla y administrarla de manera óptima.

Si bien es cierto hablamos de instituciones que constantemente gestionan el conocimiento, también lo es que se debe diseñar, de acuerdo a las necesidades de cada institución de educación superior pública, para poder maximizar cada uno de los elementos que constituye el capital intelectual y poder cumplir con las metas establecidas dentro de las organizaciones de educación superior.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Cada uno de los elementos que constituyen el Capital intelectual, son importantes y se relacionan entre sí, sin embargo y de acuerdo a lo observado, en las instituciones de gobierno, en especial, la gestión del conocimiento a través del capital humano, es la base para que estas organizaciones, cumplan con su cometido. Pues éstas son las encargadas de gestionar el conocimiento y por ello es necesario que se tengan procesos para la selección y reclutamiento del personal, pues de esta manera pueden obtener y desarrollar competencias profesionales para a su vez gestionarlas adecuadamente entre sus alumnos. No obstante lo anterior, se debe contar con procesos, no sólo de la selección y reclutamiento del personal, sino también de los procesos para la capacitación y adiestramiento de sus colaboradores, pues de lo contrario se puede caer en prácticas poco éticas, como lo son el compadrazgo o el amiguismo, dejando pasar por alto los estándares de calidad al prestar el servicio de educación.

Como se observó a lo largo del análisis del instrumento de prueba, la gestión del conocimiento entre los colaboradores y los directivos de la universidad pública, el capital humano es un factor primordial y al que se le debe poner mayor énfasis, en virtud de que es el capital humano el elemento primordial para que pueda cumplir con las metas de una institución de gobierno, que es la de identificar, gestionar y desarrollar competencias profesionales entre los alumnos.

Factores como la imagen de la institución, el capital relacional, el capital organizacional, el capital humano y la innovación en la enseñanza, respecto de los docentes de la institución pública, son variables con un peso cada vez mayor en la explicación del éxito institucional gubernamental, por lo que al carecer de un diseño de modelo intelectual adecuado, se mantiene en desventaja frente a otras instituciones públicas. Si bien es cierto que los elementos restantes del capital intelectual, son complemento de éste capital, también lo es que debe existir un modelo que se adapte a las necesidades de cada institución.

Conclusiones y trabajos futuros

Es necesario que se detecte y se gestione adecuadamente el capital intelectual en cada organización, máxime si es una institución de educación superior.

Como parte de mi avance de investigación de tesis se aprecia que el instrumento que se ocupará para la aplicación dentro de la jefatura de división de un tecnológico de estudios superiores, tiene una confiabilidad, validez y objetividad muy alta, pues del análisis se

desprenden puntajes superiores a los 900 puntos en cada uno de los elementos del Capital intelectual.

De lo anterior se deriva que dicho instrumento inédito es confiable para aplicarse y realizar el diagnóstico del Capital Intelectual dentro del caso de estudio, para así diseñar y proponer un modelo de capital intelectual que se adecue a la jefatura de división de un tecnológico de estudios superiores.

Así mismo se puede apreciar que al momento de aplicarse el instrumento de prueba el análisis del presente instrumento de prueba arroja que existe incertidumbre entre los colaboradores que se encuentran adscritos a la institución educativa pública, lo anterior así en virtud de que se ve reflejado que dicho comportamiento se ve influenciado por el sistema en el que se desenvuelven, pues las costumbres, características de las regiones, incluso el mismo sistema influyen para que pueda aplicarse de manera óptima.

Se rescata que el instrumento de prueba aplicado en una institución de gobierno de manera general, arrojó que los colaboradores presentan un sentimiento de incertidumbre al contestarlo, pues manifestaban un incertidumbre laboral, cuestionando si ello servía para permanecer dentro de su área de trabajo, en algunas otras ocasiones la aplicación y devolución del mismo tardaba un poco más, pues se observó que la mayoría de los colaboradores que retrasaron la devolución para su validez eran los de mayor edad y antigüedad dentro de la institución educativa, mientras que las personas que tienen poco tiempo laborando en la institución y, en algunos casos, las de menor edad, se comportaron con gran entusiasmo y con un gran espíritu de colaboración; sin embargo ello no invalida la prueba de confiabilidad, validez y objetividad del instrumento, pues del análisis se desprende que los valores son muy aceptables, de acuerdo a la prueba de confiabilidad del programa SPSS.

El capital intelectual al contener activos intangibles y si se gestionan de manera adecuada genera una ventaja competitiva frente a otras instituciones educativas.

Por ello el presente artículo es precedente directo del avance de tesis para la obtención del grado, con ello se analizará y se comparará el contexto real del caso de estudio, para poder diseñar y proponer un capital intelectual que se adecue al contexto real de la jefatura de división de una institución de educativa pública.

Así mismo se realizará una entrevista a la jefa del área, objeto de estudio, para con ello realizar un análisis minucioso del contexto real del caso de estudio.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Específicamente en instituciones de gobierno no hay suficientes estudios que apoyen las características específicas de un capital intelectual que se adecue a una institución educativa de gobierno, por ello la finalidad es diseñar y proponer un capital intelectual acorde a las necesidades que se requieren, lo anterior para mejorar la competitividad de la institución educativa de gobierno.

Referencias bibliográficas

- Abello Romero, J., Mancilla M., C., & Arismendi, N. (2013). La influencia del capital organizacional en el desarrollo y sobrevivencia de las MIPES. *REVISTA CHILENA DE ECONOMÍA Y SOCIEDAD*, 29-39.
- Bueno Campos, E. (2003). *Gestión del Conocimiento en Universidades y Organismos Públicos en Investigación*. Madrid: Dirección General de Investigación.
- Camps Torres, J., & Luna-Arocas, R. (2008). Prácticas de alto rendimiento: un contexto estratégico estructural. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 113-138.
- Cardona, L. E. (2011). Gestión del capital intelectual de las instituciones de educación superior. *Universidad de Colombia*, 10.
- Chávez N, E. G. (s.f.). *Ejemplificación de actividades que desarrollan al capital Intelectual en empresas competitivas*. En R.M. Nava (ed.) *El conocimiento en el desarrollo incluyente y sostenible*. 2016: Toluca, Estado de México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Isabel, B. R. (2014). La gestión del talento humano en las instituciones educativas. *Aliat Universidades*, 10.
- Maidelyn Díaz Pérez, Y. d. (2009). El Factor humano como elemento dinamizador del proceso empresarial en la gestión de la información y conocimiento. *ACIMED*, 42-55.
- Martín-de Castro, J. (2012). Capital Intelectual; Una propuesta para clasificarlo y medirlo. *Academia; REvista Latinoamericana de Administración*, 1-16.
- Monagas-Docasal, M. (2012). El capital intelectual y la gestión del conocimiento. *Ingeniería Industrial*, 142-150.
- Monreal zia, J. (2004). Gestión del conocimiento y capital intelectual. *CIDEC*.
- Nava-Rogel, R. M. (2001). Análisis de Trayectoria del Capital Intelectual en una Universidad Pública Mexicana. *Contaduría y Administración AC*, 166-187.
- Ramírez Cedillo, E., & Gaona Montiel, F. (2012). Capital Intelectual y políticas públicas en México. *Karpós, tiempos de la Ciencia Administrativa*, 119-141.
- Ramírez Cedillo, E., & Gaona Montiel, F. (2012). Capital intelectual y políticas públicas en México. *Karpós, tiempos de la Ciencia Administrativa*, 119-141.
- Román Castillo, R. E., Castillo, R., Gómez Mejía, A., & Smida, A. (2013). El capital organizacional de la pequeña empresa innovadora. *Estudios Gerenciales*, 356-367.
- Suárez Núñez, T. F., & Marlene, M. M. (2008). Impacto de los capitales humano y organizacional en las estrategias de la Pyme. *Cuad. Adm. Bogotá (Colombia)*, 229-248.
- Tejeda Romero, F. (2013). Estrategia de comunicación corporativa de las empresas socialmente responsables: análisis del Capital Relacional como base de las relaciones empresariales. *zer*, 191-213.
- Yolanda, R. C. (2000). Cómo gestionar el capital intelectual en las universidades públicas españolas: el cuadro de mando integral. *INIVERSIADA DE CASTILLA-LA MANCHA*, 1-16.
- Zorrilla Del Castillo, A. L. (2010). El Capital Intelectual y su Administración en las Universidades Públicas. *XIV Congreso Internacional de la Academia de Ciencias* (págs. 3-15). Tamaulipas: Centro Universitario Adolfo López Mateos.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La cultura organizacional y su impacto en las MYPIMES ubicadas en el municipio de Tepeapulco, Hidalgo

Mtro. Víctor Manuel Piedra Mayorga.

Mtra. María Eugenia Alcántara Hernández.

Dra. Suly Sindy Pérez Castañeda

Capital humano en las organizaciones



5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La cultura organizacional y su impacto en las MYPIMES ubicadas en el municipio de Tepeapulco, Hidalgo

Resumen: En la actualidad el alto porcentaje de la economía mexicana depende de las MYPIMES (98%), de un total 5 654 014 de establecimientos (INEGI, 2014) las cuales tienen una vulnerabilidad impresionante para su manejo y permanencia en el mercado nacional, tienen problemas de tecnología, alta rotación de personal, problemas financieros, manejo empírico, etc.

El papel de las MYPIMES en la economía mexicana genera incrementos en la producción, valor agregado, aportaciones fiscales, fortalecimiento del mercado interno, aumento de exportaciones, etc., por lo que deben ser motivo de diseño de políticas que promuevan y apoyen su competitividad y enfrenten a la competencia de un mundo globalizado (Chiavenato, 2009).

Lo que hace que su estudio sea realizado con el fin de establecer propuestas que permitan aprovechar al máximo sus recursos y permanencia en el mercado, el tema de cultura organizacional se hace importante porque permitiría elevar la productividad con un personal motivado e identificado con la organización además de crear las condiciones propicias para lograrlo.

Abstract: In the actuality the high percentage of the Mexican economy depends on MYPIMES (98%) of a total 5,654,014 of establishments (INEGI, 2014) which have an impressive vulnerability for handling and permanence in the domestic market, they have problems technology, high staff turnover, financial problems, empirical management, etc.

The role of MYPIMES in the Mexican economy generates increases in production, value added tax contributions, strengthening the domestic market, increased exports, etc., so that should be cause for designing policies to promote and support their competitiveness and face the competition of a globalized world (Chiavenato, 2009).

What makes the study was conducted in order to establish proposals to maximize their resources and stay in the market, the issue of organizational culture is important because it would increase productivity with motivated staff and identified with the organization also to create the conditions for achieving it.

Palabras clave: cultura organizacional, cultura, liderazgo

Introducción

La cultura organizacional es un indicador que demuestra los niveles que se tienen en la organización en cuanto a relaciones laborales, ya que se puede predecir a través de este una serie de sucesos que se desencadenarán a partir de la valencia que tenga, si es positivo habrá beneficios tanto para los empleados como para la organización misma, en cambio si es negativa, se esperarán pérdidas, gastos, conflictos y demás situaciones adversas que pueden llevar a la organización a la quiebra (Branden, 2010).

Revisión teórica

Objetivo general

Identificar como una cultura organizacional débil o fuerte impacta en la satisfacción, productividad, y compromiso de los trabajadores en su trabajo.

Objetivos específicos:

- Identificar como una cultura organizacional fuerte en las organizaciones aumenta la productividad en los empleados.
- Evaluar como el compromiso y liderazgo en los trabajadores generan mayor cohesión de grupo.



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

- ❑ Describir cuando una MYPIME es administrada empíricamente sin conocimientos de administración genera una deficiente cultura organizacional.
- ❑ Identificar cuando existe una cultura organizacional débil como se propicia poca satisfacción laboral e irresponsabilidad en los trabajadores.

Pregunta general:

¿Cuándo existe en una organización una cultura débil o fuerte se puede incrementar la productividad, y generar un cambio de los trabajadores que les proporcione satisfacción y compromiso en su trabajo?

Preguntas de investigación:

Una cultura organizacional fuerte en las organizaciones ubicadas en el municipio de Tepeapulco Hgo., eleva la productividad en los empleados.

2. Cuando existe compromiso y liderazgo en los trabajadores existe mayor cohesión de grupo aun cuando las condiciones laborales no son adecuadas.

3. Cuando se administra empíricamente una MYPIMES sin conocimientos de administración genera una deficiente cultura organizacional.

4. La cultura organizacional débil propicia poca satisfacción laboral e irresponsabilidad en los trabajadores sin ser una causal de despido.

Hipótesis:

1. Una cultura organizacional fuerte en las organizaciones ubicadas en el municipio de Tepeapulco Hgo., aumenta la productividad en los empleados.

2. Cuando existe compromiso y liderazgo en los trabajadores de las organizaciones ubicadas en el municipio de

Tepeapulco Hgo., existe mayor cohesión de grupo aun cuando las condiciones laborales no son adecuadas.

3. Cuando se administra empíricamente una MYPIMES sin conocimientos de administración genera una deficiente cultura organizacional.

4. La cultura organizacional débil propicia poca satisfacción laboral e irresponsabilidad en los trabajadores sin ser una causal de despido.

Variables:

1. Cultura organizacional.
2. Cohesión de grupo.
3. Productividad.
4. Compromiso
5. Condiciones laborales.
6. Satisfacción laboral.
7. Liderazgo.
8. Cultura fuerte.
9. Cultura débil.

Fuente: elaboración propia (2016)

Justificación:

La presente investigación pretende aportar más conocimientos sobre el tema de la cultura organizacional e idiosincrasia de los mexicanos y como en muchas de las ocasiones no se considera como parte fundamental en el ambiente, cultura laboral y en el liderazgo de quien ejecuta las órdenes (Ávila, 2006).

El estudio se realizara en la zona del altiplano hidalguense específicamente en la región del municipio de Tepeapulco Hgo., México, en el cual están establecidas actualmente 35 MIPYMES, trabajando algunas de ellas en cadenas productivas y fundamentadas con la información teórica correspondiente se determinaran los efectos del desarrollo de la cultura laboral y pretenden establecer una correlación entre variables con la intención de mejorar y estudiar a las organizaciones establecidas en la región del municipio de Tepeapulco Hgo., y aportar conocimientos para mejorar el clima organizacional de las MIPYMES.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

| | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|---|--|---|
| <p>Un buen clima o un mal clima organizacional se define como la percepción que los miembros tienen de la organización, y puede tener consecuencias positivas y negativas cuando no se comprende y analiza en forma adecuada: manera positiva genera el deseo de logro, afiliación, poder, aumento de productividad, baja rotación, satisfacción laboral, adaptación, innovación etc., y entre las consecuencias negativas esta: la inadaptación, alta rotación, ausentismo, poca innovación, baja productividad, frustración</p> | <p>¿Cuándo existe en una organización una cultura débil o fuerte se puede incrementar la productividad, y generar un cambio de los trabajadores que les proporcione satisfacción y compromiso en su trabajo?</p> | <p>Una cultura organizacional fuerte en las organizaciones ubicadas en el municipio de Tepeapulco Hgo., eleva la productividad en los empleados.</p> <p>Cuando existe compromiso y liderazgo en los trabajadores existe mayor cohesión de grupo aun cuando las condiciones laborales no son adecuadas.</p> <p>Cuando se administra empíricamente una MYPIMES sin conocimientos de administración genera una deficiente cultura organizacional.</p> <p>La cultura organizacional débil propicia poca satisfacción</p> | <p>Identificar como una cultura organizacional débil o fuerte impacta en la satisfacción, productividad, y compromiso de los trabajadores en su trabajo.</p> <p>..</p> | <p>Identificar como una cultura organizacional fuerte en las organizaciones aumenta la productividad en los empleados.</p> <p>Evaluar como el compromiso y liderazgo en los trabajadores generan mayor cohesión de grupo.</p> <p>Describir cuando una MYPIME es administrada empíricamente sin conocimientos de administración genera una deficiente cultura organizacional.</p> <p>Identificar cuando existe una cultura organizacional</p> | <p>Una cultura organizacional fuerte en las organizaciones ubicadas en el municipio de Tepeapulco Hgo., aumenta la productividad en los empleados.</p> <p>Cuando existe compromiso y liderazgo en los trabajadores de las organizaciones ubicadas en el municipio de Tepeapulco Hgo., existe mayor cohesión de grupo aun cuando las condiciones laborales no son adecuadas.</p> <p>Cuando se administra empíricamente una MYPIMES sin conocimientos de administración genera una deficiente cultura organizacional.</p> <p>La cultura organizacional débil propicia poca satisfacción laboral e irresponsabilidad en los trabajadores sin</p> | <p>Cultura organizacional.</p> <p>Cohesión de grupo.</p> <p>Productividad.</p> <p>Compromiso</p> | <p>Compromiso Desempeño Grado de responsabilidad. Oportunidad de ejercer la iniciativa. Tradición y comportamiento :</p> <p>Comunicación. Libertad: Usos y costumbres. Escaso interés. Decisiones. Equipos de trabajo.</p> <p>Habilidad. Destreza. Rotación de personal.</p> <p>Identificación. Rendimiento: Reacción a la solución de problemas. Oportunidad de aprender. Compromiso de los trabajadores</p> |
|---|--|--|--|--|---|--|---|



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

| | | | | | | | |
|---|--|---|--|---|-----------------------------------|--|---|
| <p>conductas agresivas, simulación de trabajar y no hacerlo, robos, sabotajes, maledicencia o agresión directa, etc.,</p> | | <p>laboral e irresponsabilidad en los trabajadores sin ser una causal de despido.</p> | | <p>al débil como se propicia poca satisfacción laboral e irresponsabilidad en los trabajadores.</p> | <p>ser una causal de despido.</p> | <p>Condiciones laborales. Satisfacción laboral. Liderazgo.</p> | <p>con los valores y filosofía de la empresa. Salario. Reglamentos Normas. Códigos. Higiene y seguridad. Entorno laboral. Puesto de trabajo. Riesgo. Supervisión estrecha. Esfuerzo. Cooperación Recompensas. Puestos de poder. Incapacidad de explicar el porqué de las órdenes. Regulaciones. Independencia. Reglas. Salario moral. Comportamiento o Iniciativa. Fidelidad. Conflicto constructivo,</p> |
|---|--|---|--|---|-----------------------------------|--|---|



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|---|
| | | | | | | | <p>disfuncionales o destructivos. Indiferencia.</p> <p>Sanciones continuas: Problemas sin resolver. Apatía en el trabajo. No se conoce la misión, visión o valores de la organización. Existe mucho burocratismo o burocracia par a resolver los problemas.</p> |
|--|--|--|--|--|--|--|---|

Cuadro 1: Matriz de congruencia. Fuente: elaboración propia (2016)

A continuación se presenta las variables utilizadas en esta investigación y el marco teórico que sustenta esta información y el desglose de preguntas derivadas de la Operacionalización de las variables:

- VARIABLES:**
- Cultura organizacional.
 - Cohesión de grupo.
 - Productividad.
 - Compromiso
 - Condiciones laborales.
 - Satisfacción laboral.
 - Liderazgo.
 - Cultura fuerte.
 - Cultura débil.
- MARCO TEORICO:**
- Comunicación:



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis v prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Es un intercambio de ideas entre 2 o más personas, la cual para que tenga eficiencia la idea transmitida debe existir en la mente de los receptores igual que en la de los emisores. (Sexton, 2005).

Grupos de trabajo:

Es aquel que interactúa principalmente para compartir información y tomar decisiones a fin de ayudar a cada miembro a desarrollarse dentro de su área de responsabilidad. (Robbins, 1996)

Productividad:

Es la relación que existe entre los productos que genera la organización (bienes y servicios) y los que requiere para su funcionamiento: personal, capital, materia prima y energía. (Werther, 2001)

Valores

Los valores son importantes para el estudio del comportamiento organizacional, porque establecen las bases para la comprensión de las actitudes y la motivación, y porque influyen en nuestras percepciones. (Robbins, 1996).

La cultura organizacional

Es una serie de creencias y valores constitutivos que dan origen a comportamientos cotidianos de los directivos y trabajadores con creencias y culturas que deben ser afines a la organización.(Arias, 2000)

Compromiso

Compromiso o lealtad de los empleados es el grado en que un empleado se identifica con la organización y desea seguir participando activamente en ella.(Davis, 1999)

Satisfacción laboral:

Es un conjunto de sentimientos y emociones favorables o desfavorables con la cual los empleados consideran su trabajo. (Moyano, 2011).

Liderazgo:

Es el proceso de influir y apoyar a los demás para que trabajen entusiastamente en favor del cumplimiento de los objetivos. (Etling, 2011).

| Variable: | Definición conceptual | Definición operacional. Indicadores | Cuestionario |
|-----------|-----------------------|-------------------------------------|--------------|
|-----------|-----------------------|-------------------------------------|--------------|

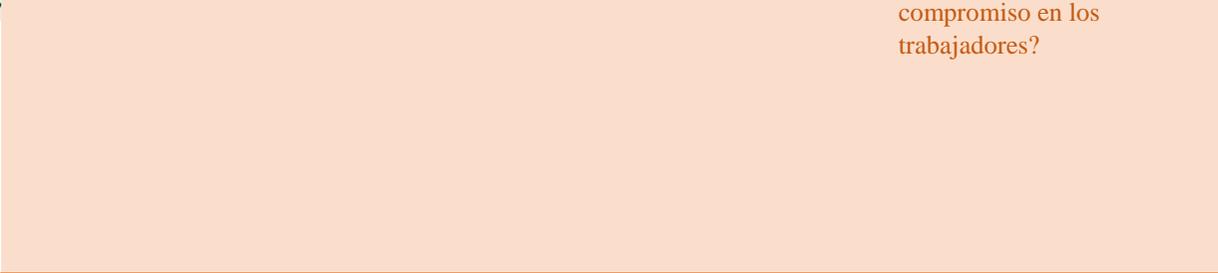
| | | | |
|---|---|---------------------------|--|
| Compromiso: ofrecimiento de las personas extraordinarias. | ofrecimiento de las personas extraordinarias. | para realizar actividades | <p>¿Existe compromiso y responsabilidad por parte del personal hacia la empresa? A mayor motivación mayor productividad, los jefes suelen felicitar al empleado que hace algo bien. ¿Se fomenta la identidad y</p> |
|---|---|---------------------------|--|



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

compromiso en los trabajadores?



En el momento en que entre a trabajar a esta institución me sentí defraudado.

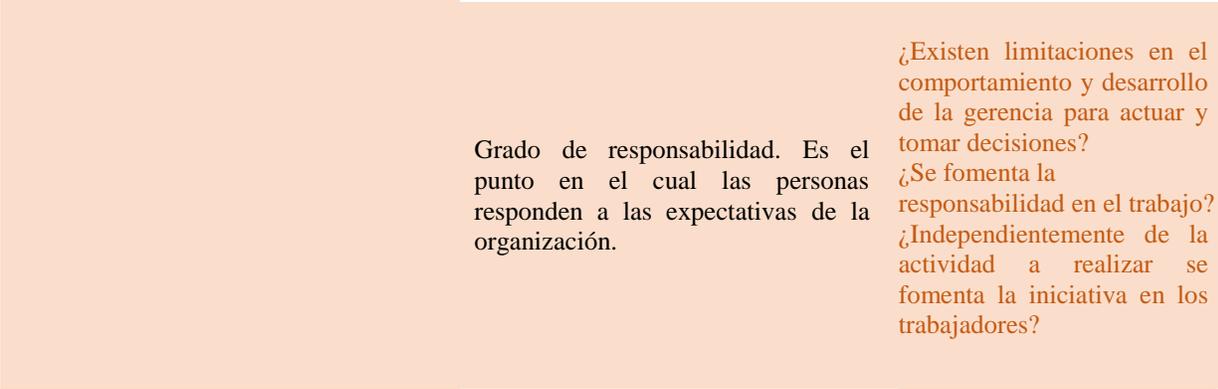
Es una serie de creencias y valores constitutivos que dan origen a comportamientos cotidianos de los directivos y trabajadores con **Cultura organizacional** que deben ser afines a la organización.(Arias, 2000)

Desempeño. Es el rendimiento laboral y la actuación que manifiesta el trabajador al efectuar las funciones y tareas principales que exige su cargo en el contexto laboral específico de actuación, lo cual permite demostrar su idoneidad.

- ¿El propietario de la empresa nos apoya para poder mejorar la calidad en el producto y en el servicio?
- ¿Es reconocido la experiencia en los trabajadores aunque no existen títulos profesionales?
- ¿El dueño de la empresa habla a los trabajadores sobre la calidad en el producto y en el servicio?
- ¿Se forman equipos para resolver los problemas del trabajo?

Grado de responsabilidad. Es el punto en el cual las personas responden a las expectativas de la organización.

- ¿Existen limitaciones en el comportamiento y desarrollo de la gerencia para actuar y tomar decisiones?
- ¿Se fomenta la responsabilidad en el trabajo?
- ¿Independientemente de la actividad a realizar se fomenta la iniciativa en los trabajadores?





5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Oportunidad de ejercer la iniciativa. Acto y efecto de apoyar a las personas a realizar sus actividades propias de la organización con la intención de tener un desarrollo personal efectivo que beneficie ambas partes.

Tradición y comportamiento: La tradición es parte de la cultura social y se repite de manera continua en el tiempo con actividades repetitivas que se manifiestan en un comportamiento social.

¿Existe apoyo para los trabajadores en su desempeño cotidiano?

¿Los equipos de trabajo se adecuan a los procesos de producción o actúan bajo la normatividad de los demás?

¿Los trabajadores manifiestan barreras para adaptarse a nuevos métodos de trabajo o existe espíritu de cambio y mejora en ellos?

¿Conoce la historia de la empresa, visión, misión, valores, etc.?

¿Existen formas de saludo determinadas que den origen a ritos y ceremonias en cada departamento en general?

La comunicación es continua en todos sentidos que permita intercambios recomendaciones y nuevas ideas.

Se refiere al grado en que los miembros se sienten atraídos entre sí y están motivados para perdurar como grupo. (Chiavenato, 2004)

Comunicación: Proceso de intercambio de palabras o ideas, entre un emisor y un receptor con retroalimentación que permita entender este proceso.

¿Mis compañeros de trabajo toman en cuenta mis opiniones?

¿Con frecuencia me siento aislado, sin orientación dentro de mi trabajo?

Cohesión de grupo

Libertad: Facultad y derecho de las personas para elegir de manera responsable su propia forma de actuar dentro de una organización.

La autonomía en el desempeño de los trabajadores permite generar nuevas ideas e innovar.

La empresa fomenta el aprendizaje con gente de más experiencia que den como resultado mejor calidad

¿Las actividades que desempeño en mi trabajo son planeadas con anticipación?

¿La empresa fomenta el aprendizaje con gente de más experiencia que den como resultado mejor calidad? ¿Se manifiestan actitudes y valores en la conducta de los trabajadores?

Usos y costumbres: acciones transmitidas de generación en generación y cuyas conductas se basan en la moral, en la ética, en la palabra



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Habilidad: proviene del término latino *habilitas* y hace referencia a la maña, el talento, la pericia o la aptitud para desarrollar alguna tarea

empeñada, en las ceremonias religiosas, en las creencias religiosas y en la vida en familia.

- ¿Existe interés por parte de la supervisión para fomentar responsabilidad en el trabajo?
- ¿Existe interés de los trabajadores para realizar su actividad con responsabilidad?
- ¿Existen sanciones cuando hay desperdicio de materia prima?

Destreza: es la habilidad que se tiene para realizar correctamente algo, normalmente es adquirida

Escaso interés: Se genera cuando no se cumplen las expectativas de las personas y no existe un compromiso ni identidad para cumplir con dicha actividad.

- ¿Existen retrasos en la producción cuando no se toman decisiones en el momento preciso?
- ¿Existen sanciones cuando no se toman decisiones en el momento adecuado?

¿Se reconoce la habilidad de las personas? ¿Existe equidad en la distribución del trabajo para todos? ¿Se identifican las potencialidades del personal? ¿Se contemplan estrategias de evaluación para el personal?

Decisiones: Es la facultad de tomar una decisión de manera personal, siempre y cuando sea acorde a las actividades propias a ejecutar dentro de una organización o sociedad.

- ¿Se me permite aportar y colaborar cuando existe algún problema en la organización?
- ¿Existe motivación cuando se toman decisiones personales?

Equipos de trabajo: Es un conjunto de personas asignadas o autoasignadas, de acuerdo a sus habilidades, conocimientos y competencias específicas, para cumplir una determinada meta bajo la conducción de un coordinador.

- ¿Existen actividades sociales por parte de la empresa para fomentar el trabajo en equipo?
- ¿Se reconoce la importancia de los equipos de trabajo para realizar su actividad?

¿Conozco las actividades que debo realizar diariamente en mi trabajo? ¿Recibo capacitación por parte de gente especializada o ajena a la empresa, para mejorar mi persona o mi trabajo? ¿Existe comparación entre el personal sobre su desempeño o destreza? ¿Se

estandarizan las actividades de trabajo y no se toman en cuenta habilidades o destrezas?

Rotación de personal: es la proporción de personas que salen de una organización, descontando los que lo hacen de una forma inevitable (jubilaciones, fallecimientos), sobre el total del número de personas promedio de esa compañía en un determinado periodo de tiempo.

¿La empresa comunica los valores y filosofía de la empresa? ¿Existe ausencia constantemente por parte de los trabajadores con los valores de la empresa cuando existen

¿Hay compromiso de la empresa en el cumplimiento de sus promesas, valores y filosofía de la empresa cuando existen retrasos en la producción?

¿Existen actividades sociales necesarias que permitan arraigar al personal a la organización? ¿Existen accidentes de trabajo continuamente? ¿El personal se incapacita constantemente?



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Identificación con la organización y las metas a cumplir.

- ¿Existe predisposición para aceptar los cambios en el trabajo?
- ¿Hay disposición para trabajar más de lo estipulado en el horario normal?
- ¿Existe identificación con la actividad realizada en el trabajo?
- ¿Siento que no soy parte de la institución?
- ¿Los empleados apoyan los planes de mejoramiento?
- ¿Se reconocen los mejores resultados del personal en sus actividades? ¿El personal se siente comprometido para incrementar su rendimiento?

Rendimiento: está asociada al vínculo existente entre los medios que se utilizan para obtener algo y el resultado que se logra finalmente. De este modo, puede relacionarse

- ¿Existe disposición inmediata para solucionar los problemas de manera personal?

el rendimiento con el beneficio o con el del dialogo, o preferentemente se

- ¿Los problemas se resuelven a través provecho. sancionan?

Reacción a la solución de problemas: forma de atender un problema en forma inmediata sin necesidad de esperar órdenes.

- ¿Mi trabajo es retador?
- ¿Soy muy persistente en mi trabajo?
- ¿La capacitación que se da es en base a las necesidades de la producción o se realizan en función del gerente o supervisor?
- ¿Hay disposición de aceptar el cambio?
- ¿Con qué frecuencia las personas se comunican entre sí?

Oportunidad de aprender: capacidad y aceptación del trabajador para aprender otra actividad sin oponer resistencia al cambio.

- ¿Qué tipo de personas fracasan en nuestra organización?
- ¿La empresa me respalda cuando tengo problemas familiares?
- ¿Lo más importante en esta organización es el bienestar de las personas que trabajan en ella?



5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Condiciones laborales

Es el entorno legal, económico, y psicosocial en el cual el individuo se ve involucrado al trabajar en una organización.

Salario: remuneración económica o en especie que percibe el trabajador por su desempeño.

Reglamentos: conjunto de normas que regulan las actividades y conducta de los trabajadores.

Normas. Son reglas no escritas que se establecen en la organización y que tienen una sanción subjetiva.

Códigos: Lineamientos que la empresa establece con el fin de regular y sancionar el comportamiento de los trabajadores de manera interna.

Higiene y seguridad: conjunto de elementos que propician un ambiente sano y seguro para el desarrollo y estancia del personal en la organización.

¿El salario que percibes consideras que está bien de acuerdo a tus necesidades?

¿Te exigen más de lo que recibes a cambio?

¿Consideras que el pago que recibe está de acuerdo a tu actividad? ¿Hay reconocimiento de tu actividad salarialmente hablando?

¿Conoces si existe un reglamento interior de trabajo?

¿Hay respeto en su aplicación de manera imparcial?

¿La empresa establece normas de trabajo y respeta sus sanciones?

¿Existen código de ética en la organización?

¿Se sanciona a las personas que no cumplen con lo estipulado en el código?

¿El ambiente laboral es sano y seguro para el desempeño de las actividades?

¿Existe trato digno para los trabajadores?

¿Existe seguridad en el empleo? ¿Las prestaciones son suficientes y apoyan en salario que se percibe?



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Satisfacción

laboral

Las organizaciones aceptan un nivel de desempeño satisfactorio más que uno máximo, lo que permite alcanzar varias metas al mismo tiempo.(Daft, 2005)

Puesto de trabajo: Es la unidad de trabajo específica e impersonal que está regulado en una organización por sus actividades que se realizan y que cumple con procedimientos organizacionales.

- ¿Los puestos de trabajo son ocupados por personal adecuado para ello? ¿Se selecciona bien al personal para el puesto?
- ¿Existe para la designación de puestos de trabajo, compadrazgo o influye la amistad para ocuparlo?
- ¿Existe apoyo para los trabajadores en su desempeño cotidiano?
- ¿Cuándo se manifiesta iniciativa por parte de los trabajadores y no resulta lo esperado existe alguna sanción o riesgo en el trabajo?
- ¿La motivación se percibe como algo natural en la organización y una mejora en las condiciones laborales?
- ¿Existe cooperación en las actividades laborales por parte del personal en cualquier circunstancia?

Riesgo: Característica propensa a sufrir alteraciones en la conducta de las personas por realizar actividades laborales propias de la organización.

- ¿Las condiciones laborales y económicas así como las recompensas que tiene la empresa permiten que el trabajador desarrolle una mayor satisfacción?
- ¿Existe riesgos de trabajo en el desempeño de mis actividades?

Supervisión estrecha: Se da cuando la cultura organizacional es débil y el trabajador necesita recibir órdenes de manera continua porque pierde toda iniciativa ante una autoridad constante.

- ¿Existen limitaciones en el comportamiento y desarrollo de la supervisión para actuar y tomar decisiones?
- ¿Existe liderazgo en la supervisión? ¿La supervisión se ejerce con acoso laboral?
- ¿Existe favoritismo en el trabajo hacia algunos trabajadores?
- ¿Hay liderazgo en la supervisión?



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

¿Existe autoritarismo dentro de la organización por parte de la supervisión?
¿Nuestra empresa impulsa el crecimiento de todos?
¿Se logra establecer la sinergia entre los trabajadores?

Cooperación: en el trabajo en común llevado a cabo por parte de un grupo de personas o entidades mayores hacia un objetivo compartido, generalmente usando métodos también comunes, en lugar de trabajar de forma separada en competición.

¿Existe reconocimiento hacia el esfuerzo realizado cuando el trabajador así lo manifiesta?
¿La preparación y capacitación que los trabajadores realizan en forma independiente es reconocido por la empresa?

Esfuerzo: Es una actividad realizada para alcanzar un objetivo determinado que puede propiciar la satisfacción conductual en las personas.

La lealtad, el evitar errores y las nuevas ideas son apreciadas, pero no se considera necesario para ello, la recompensa.

Recompensas: Son las percepciones que el trabajador puede recibir por su actividad laboral y que no incluye necesariamente un salario ya que puede ser en especie o monetario

¿Existen recompensas por realizar bien tu trabajo?
¿Existe motivación cuando son recibidas la recompensas?
¿Qué tipo de recompensas son mejor recibidas por parte de los trabajadores?



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Liderazgo

Puestos de poder: se generan por personas cuando no quieren compartir actividades a otros apropiándose del puesto, creyendo que solo lo que ellos dicen es lo único a seguir.

- ¿Siente que en los puestos de mando se ejerce la autocracia y no se comparten opiniones?
- ¿Existe un liderazgo en el mando con el personal?
- ¿Se tiene la libertad de tomar decisiones?
- ¿La comunicación es abierta en los sentidos verticales (ascendente y descendente), y horizontal?

Es el proceso de influir y apoyar a los demás para que trabajen entusiastamente en favor del cumplimiento de los objetivos. (Etling, 2011).

Incapacidad de explicar el porqué de las órdenes: Se genera cuando la supervisión o jefes tienen la incapacidad de mandar y soportan su autoridad en la que les da la organización.

- ¿Los trabajadores y dirigentes son discretos en cuanto a las decisiones o líneas a seguir?
- ¿Se aplican con justicia y equidad las sanciones o castigos?
- ¿La empresa genera las condiciones que permitan desarrollar la competitividad e innovación?
- ¿Siente que personal con puestos de mando se sienten indispensables o se han apropiado de su puesto?
- ¿Cuenta con el respaldo el supervisor de la autoridad formal?
- La Dirección considera que son ellos los que tiene las mejores ideas.
- ¿Mi empresa siempre responde con rapidez a las quejas de los clientes?
- ¿Mi trabajo tiene un ambiente físico adecuado?

Regulaciones: Son basadas en los reglamentos o leyes correspondientes que regulan la relación obrero-patronal.

- ¿Puedo fijar mis propias metas y objetivos en esta organización?
- ¿Se toman en cuenta mis ideas de mejoramiento?

Independencia: Facultad y derecho de las personas de actuar de manera individual en la organización, sin influencia de otras personas
Reglas: Es una pauta de comportamiento aplicada en un entorno en específico que está escrita en un reglamento o ley correspondiente a dicha actividad.

- Se exige que los trabajadores respeten las reglas establecidas, para asegurar que no haya desviaciones.
- ¿Existe respeto en las reglas de la organización?
- ¿Existe imparcialidad en las órdenes de trabajo?



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

¿Hay equidad de género en la empresa?

Cultura fuerte

Existe una cultura fuerte en que el personal cuando responde a los estímulos debido a su adaptación a los valores de la organización. En tales ambientes, las culturas fuertes ayudan a las empresas a funcionar como máquinas bien engrasadas. (Enciclopedia financiera, 2016).

Comportamiento: estudia el impacto que individuos, grupos y estructuras tienen en la conducta dentro de las organizaciones, con la finalidad de aplicar estos conocimientos a la mejora de la eficacia de tales organizaciones.

¿Cómo evalúa el grado de resistencia a los cambios en el personal dirigente? Hay desconfianza entre los diferentes niveles de mando, garantizando cada cual lo suyo.

¿Existe predominio de espíritu de colaboración o de competencia? ¿Los conflictos que surgen se arreglan favorablemente, se establece el ganar-ganar?

¿Existen relaciones humanas y el entendimiento mutuo entre empleado/ empleado?

Las relaciones empleado/jefe se dan con respeto y propician la comunicación.

¿Se considera necesaria la actitud de ponerse la camiseta para que existan reconocimientos personales?

¿Realizo un trabajo sin pretender más de lo que me pagan?

¿Existe una actitud de indiferencia cuando se realizan bien las cosas?

¿Se estimula el estudio y la investigación?

Iniciativa: nace de las ideas propias, cuando no esperas que alguien te mande, te envíe, te pida, cuando no te conformas con lo que viste por generaciones, cuando buscas tu propio método

¿Se propicia la iniciativa en los trabajadores?

¿Te sientes motivado cuando la empresa reconoce tu entrega y dedicación al trabajo?

¿Cuáles son nuestras fuerzas y debilidades?



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Fidelidad: Una persona fiel o leal es aquella que se mantiene constante en sus afectos o en el cumplimiento de sus obligaciones o en la fe que uno debe a otro.

- ¿Se propicia la identidad en la organización con eventos sociales?
- ¿Se percibe seguridad a largo plazo en el empleo?
- ¿En nuestro trabajo, todos generamos alternativas de solución para resolver los problemas?

Conflicto constructivo: disfuncionales o destructivos: Actividad que surge por las actividades propias de la organización generada por diferencia de opiniones o afectaciones con otras personas los cuales deben ser aprovechados para generar una base de datos para su prevención, y pueden ser destructivos cuando afectan a las personas y no hay una solución que beneficie a ambas partes.

- ¿El ambiente de la empresa permite desarrollar todas las habilidades del personal?
- ¿El ambiente de la empresa cuenta con las condiciones necesarias para un buen desarrollo?
- ¿Se reconocen los problemas existentes o se considera que no los hay?
- ¿Se utiliza la crítica como elemento educativo?
- ¿Se tolera el conflicto como elemento de desarrollo organizacional?

Cultura débil

Hay una cultura débil cuando hay poca alineación con los valores de la organización y el control debe ser ejercido a través de procedimientos exhaustivos y la burocracia. (Enciclopedia financiera, 2016).

Indiferencia: Estado de ánimo en que no se acción ni repugnancia hacia una to o negocio determinado.

Sanciones continuas:

Problemas sin Apatía en el t

ce la misión, visión o valores de la organización.

resolver los p

mucho burocratismo o burocracia para

1. ¿Hay trabajadores desatendidos y sin incentivos?
2. ¿Mi trabajo lo realizo con apatía y desgano?
3. ¿Conozco la misión, visión y objetivos de la organización?
4. ¿Existe burocratismo en la trasmisión de órdenes de trabajo?
5. ¿Mi trabajo me parece insatisfactorio?
6. ¿Mi trabajo no cumple mis expectativas de desarrollo personal?
7. ¿Tenemos una idea clara de lo que afecta a la empresa?
8. ¿Se estimula la creatividad o predomina la rutina, el miedo a la autoridad, la crítica las sanciones?

Cuadro 2: Teorías de administración. Fuente: elaboración propia (2016)

Metodología

Es una investigación cualitativa y explicativa: porque tiene una relación causal ya que no solo

persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo.

Es una investigación correlacional ya que se va a medir el grado de relación existente entre dos o más conceptos o variables.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La información a recabar se hará a través de entrevistas y cuestionarios con personal administrativo y operativo para contrastar la percepción de ambos.

Resultados

Diversos estudios realizados en empresas mexicanas han demostrado la importancia de analizar y aprovechar la idiosincrasia de los mexicanos, situación que no se genera en muchas ocasiones, México está en un proceso de globalización interesante por la apertura comercial y tratados y acuerdos con otros países, cuyas empresas traen su particular cultura, sin tomar en cuenta la propia, situación que impacta no solo en el interior de las empresas sino también en el comportamiento social, este estudio pretende aportar otros puntos de vista que den la opción de analizarlos en implementarlos para lograr aprovechar el capital humano en las organizaciones mexicanas.

Conclusión

La cultura organizacional actual ha entrado en una dinámica interesante en el desarrollo del ser humano, principalmente cuando este está integrado a una empresa u organización, ya que su talento y aptitud pueden ser aprovechados al máximo para lograr que la empresa innove y sea más competitiva

Bibliografía

1. Aguilar S. (2010) Alto al estrés en el trabajo. México. Editores Mexicanos Unidos.
2. Aguilar M. (2013) Clima, cultura, desarrollo y cambio organizacional. Editorial Edumet. México
3. Alice Lam. (2002) Revista internacional de ciencias sociales recuperado de www.unesco.org/new/fileadmin/multimedia/hq/shs/pdf/171-fulltext171spa.pdf
4. Ávila Baray Héctor Luis. (2006). metodología de la investigación. Chihuahua México: Eumed net.
5. Branden N. (2010) Autoestima en el trabajo. México. Paidós mexicana.
6. Boff Leonardo. (2000). El despertar del águila. México: Editorial Trotta.
7. Bustos., P. (23 9 de agosto de 2009). *gestiopolis/recursos humanos*. Paulina Bustos. *Administración y gerencia bajado el día 23 agosto 09*. Recuperado el 4 de agosto de 2014, de *gestiopolis/recursos humanos*. Paulina Bustos. *Administración y gerencia bajado el día 23 agosto 09: gestiopolis/recursos humanos*. Paulina Bustos. *Administración y gerencia bajado el día 23 agosto 09*
8. Cabello Chávez Adalberto. (2006). El Perfil Organizacional de las PyMEs (Microempresas, Pequeñas y Medianas Empresas) en el sector manufacturero: un análisis integral. 2 mayo 2015, de biblioteca digital Sitio web: ww.cva.itesm.mx/biblioteca/pagina_con_for_mato_version_oct/apaweb.html
9. Calle C.(2013).La psicología del sosiego en el trabajo y la empresa. México. Edit. [RBA libros](#).
10. Chiavenato I. (2011) Introducción a la teoría general de la administración. Editorial Mc Graw Hill pag. 120 Mexico
11. Chiavenato I. (2009) Comportamiento organizacional. Editorial Mc Graw Hill pag. 120 Mexico
12. De Souza (2009). *cultura Organizacional*. Recuperado de partners.com/articulos.htm.
13. Díaz G. (2009) Psicología del mexicano. México. Trillas
14. Díaz G. (2007) Psicología del mexicano. Bajo las garras de la cultura. México. Trillas.
15. García, B. (2014). *cultura organizacional*. adblancagarcia.blogspot.mx/p/blog-page.html. Recuperado de adblancagarcia.blogspot.mx/p/blog-page.html.
16. Gareth, M. (2008.). Imágenes de la organización. México. Alfa Omega. (págs. 101-178).
17. Geert H. Cultures Consequences: international differences in work-related values. Sage publications Beverly Hills p 25



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

18. Hampton, R David. 1989. Administración. Mexico. Mc Graw Hill.
19. Hernández S. (1997). Metodología de la Investigación. México: Edit. Mc Graw Hill . (págs. 6-25).
20. Hernández S. (2010) Metodología de la Investigación. México (pag. 161) 2010 5ª edición McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
21. Hofstede. (2007). Organizaciones y Cultura. New York. Mc Graw Hill 2007. (págs. 25 - 50).
22. Hunter U. (2009.). La paradoja. Barcelona. Empresa Activa. (págs. 158 - 178).
23. Goncalves, Alexis. 2000. Fundamentos del clima organizacional. Sociedad Latinoamericana para la calidad (SLC)
24. Iglesias L. (2004). Generalidades sobre Metodología de la Investigación. México. Edit. Universidad Autónoma del Carmen. (págs. 34-67).
25. INEGI.(2009)./contenidos/investigacion/experimentales/esperanza/presentacion.aspx. Recuperado de inegi.org.mx/inegi/contenidos/investigacion/experimentales/esperanza/presentacion.aspx:
26. Jiménez A. (2012). La evolución histórica del concepto de empresa. recuperado de www.elblogsalmon.com/historia-de-la-economia/la-evolucion-historica-del-concepto-de-empresa
27. Koontz, Harold y Wihrich Heinz. (1988). Administración, una perspectiva global. Mexico. Mc Graw Hill.
28. Keith D.. (2005). Comportamiento humano en el trabajo. México: McGraw Hill
29. Kinicky., K. y. (2009). Comportamiento de las organizaciones. España.: Mc Graw Hill. (págs. 178 - 250)
30. Kottak. (2007). Antropología. *Antropología*. México : Mc Graw Hill. (págs. 117-167).
31. Montes B. (1999). Comportamiento y motivación del trabajador mexicano. *Adminístrate Hoy.*, iv, 12-17.
32. Moreno Tania. (2008). Cuidado-empresasquematan. Recuperado de www.cnnexpansion.com/midinero
33. Nanda., S. (2007). Antropología cultura, adaptaciones socioculturales. México. Grupo Editorial Iberoamericana. (págs. 55-89).
34. Notimex. (2013). el clima organizacional. recuperado de www.manufactura.mx/gestion/2013/11/21/pid-en-apoyo-para-mejorar-cultura-laboral.
35. Orbegoso Arturo. (2008). El clima organizacional. Qué es y cómo analizarlo. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/el-climaorganizaciona-que-es-y-como-analizarlo/>
36. Palacios., A.(2013) El modelo social. recuperado de uis.edu.co/.../El%20modelo%20social%20de%20discapacidad.pdf.
37. Peralta R. (2002). El clima organizacional. Recuperado de Gestiopolis.com
38. Recursosparapymes. (2007). Por qué muchas empresas fracasan. 4 de mayo 2015, de Universia Sitio web: www.recursosparapymes
39. Rodríguez E. (2006). Psicología del mexicano en el trabajo. México: McGraw Hill.
40. Robbins, Stephen. 1999. Comportamiento Organizacional. Mexico. Prentice Hall.
41. Robbins, Stephen. 1998. Fundamentos del Comportamiento Organizacional. México. Prentice Hall.
42. Schein, E. (2009). Cultura organizacional y liderazgo. San Francisco.: Jossey. (págs. 90134).
43. Uribe P. (2015). Clima y ambiente organizacional. México: Manual moderno.
44. Toro A. (2007). El clima organizacional. Colombia.Thomson. (págs. 89-120)
45. Schein, E. (2009). Cultura organizacional y liderazgo. New York: Mc Graw Hill.
46. Velázquez M. (2010) Psicología del trabajo en la organización. México. Edit. Noriega



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Propuesta para reducir la rotación de personal en las organizaciones mexicanas.

Mtro. Víctor Manuel Piedra Mayorga.

Mtra. María Eugenia Alcántara Hernández.

Dra. Dorie Cruz Ramírez

Capital humano en las organizaciones



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Propuesta para reducir la rotación de personal en las organizaciones mexicanas

Resumen: Cuando se trata el tema de la conservación de los empleados, se debe trabajar bajo el supuesto de que el empleado ya ha sido, es decir, ya pasó por el proceso de búsqueda del personal, de contratación y de capacitación. Durante 2016, el nivel de rotación de personal en México se incrementó por fusiones (Ferrero, 2006), adquisiciones y en algunos casos por contratación de personal extranjero altamente experimentado y a menor costo, otro aspecto que se suma al fenómeno de la alta rotación en México, es el de los ex empleados estadounidenses, de la generación de los baby boomers, de los cuales miles dejarán sus puestos este año para dedicarse a diversas actividades, entre ellas radicar en México (Reyes, 2007).

Abstract: When the issue of employee retention is, we must work on the assumption that the employee has already been, it is, and step through the process of personnel search, recruitment and training. During 2016, the level of turnover in Mexico increased by mergers (Ferrero, 2006), acquisitions and in some cases by hiring foreign staff highly experienced and cheaper, another aspect that adds to the phenomenon of high turnover in Mexico, is the former US employees, the generation of baby boomers, of which thousands leave their posts this year to engage in various activities, including filing in Mexico (Reyes, 2007).

Palabras clave: rotación, evaluación, propuestas de mejora.

Introducción

En México no se considera discriminación pedir información sobre el solicitante de una vacante, así que, antes de ofrecer un trabajo, se puede definir exactamente el perfil del empleado que pueda

desarrollar las actividades (Rabinowitz, 2016), a diferencia de otros años, los profesionistas en la actualidad han perdido en mucho el sentido de lealtad hacia la empresa y pueden estar dispuestos a dejar su país para alcanzar sus expectativas, pueden cambiar de empleo en búsqueda de un mayor desarrollo profesional y un mejor salario



5^o ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

hoy en día, las organizaciones se enfrentan a una falta de madurez y compromiso de las nuevas generaciones, ya que para los trabajadores la estabilidad en una empresa no representa un valor agregado en su currículum (García, 2010).

Una mayor escasez de talento, cambios en la relación laboral propiciados por la competencia y la globalización y la aspiración de empleados de mejorar provocan que el periodo de permanencia laboral en México se acorte respecto a algunos años atrás, cuando una persona iniciaba como auxiliar o ayudante y podía terminar como directivo, hoy en día muchos profesionistas no son leales con la empresa; están dispuestos a dejar su país para alcanzar sus expectativas, más de la mitad de los empleados en México consideran importante su empleo, pero sólo 27% valora la estabilidad (Patiño, 2012).

Teoría del dominio y trabajos previos

En México y en el mundo se confunde lo ideal y la realidad, lo ideal es tener estabilidad como nuestros abuelos, anteriormente era común cuando una persona entraba a laborar en la empresa de mensajero y con el pasar de los años hasta en director de la misma se convertía, actualmente la estabilidad es relativa; "tres o cuatro años son suficientes para madurar al interior de una compañía y escalar puestos". Las empresas están buscando nuevas formas de contratación, como el outsourcing, que permite optimizar las inversiones y concentrarlas en áreas estratégicas, los puestos que más enfrentan la rotación son ventas, puestos administrativos bajos y operativos, ya que en estos los salarios son más bajos y variables (Blázquez, 2001).

El recurso humano es y debe ser lo más valioso que tiene la empresa, pero también requiere de una adecuada gestión en conocimiento, talento y entrenamiento, en una empresa hay empleos en los que se arriesga la vida y la salud que se supone deberían ser los mejor pagados; sin embargo, unas

veces se paga por las labores y otras por el conocimiento y la experiencia (Root, 2013).

Las nuevas generaciones buscan una plataforma para desarrollarse y adquirir experiencia antes de emigrar hacia un mejor trabajo. La permanencia de los trabajadores en un puesto se da no sólo por el sueldo, sino por cuestiones como el trato de sus jefes, problemas de imagen y clima laboral, la rotación de personal representa el 40% adicional a sus costos de operación anuales, por eso es importante cuidar a los empleados ya que ellos son la imagen y la voz de la empresa, el eslabón entre el cliente y empresa, por eso es importante mejorar el entorno laboral y poner en práctica estrategias de contratación inteligentes y garantizar la organización de la compañía (Reyes, 2007).

Las consecuencias al liquidar a un empleado son: pagarle tres meses de sueldo, más 20 días por año trabajado; en tanto, si el trabajador renuncia en forma voluntaria se le debe pagar la parte proporcional de su prima vacacional, aguinaldo y utilidades, un índice alto de rotación de personal puede ser un problema significativo, para algunas industrias, encontrar, capacitar y contratar a un reemplazo adecuado puede costar hasta una quinta parte del salario anual de un empleado, representando un gasto considerable para la compañía que no puede recuperarse.

Impacto de reclutar

- Poner anuncios en el periódico; si llegan 50 currículums o solicitudes de empleo, hay que poner a un grupo de personas para analizarlos.
- Entrevistar a los candidatos y hacer exámenes psicométricos.
- Dar de alta en la nómina, en el IMSS (Instituto Mexicano del Seguro Social), formular el contrato y la credencial del empleado.
- Un nuevo trabajador puede tener menor productividad los primeros meses o incluso accidentes laborales.
- El índice de accidentes es mayor en personal nuevo por la falta de experiencia o de capacitación (Ulloa, 2006).



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Cada vez que hay un cambio de personal, por cualquier razón, quien pierde es la empresa ya que psicológicamente la persona se ve afectada en lo personal y familiar, quienes se quedan se sienten con temor de que les vaya a tocar, dudan si el salario o el jefe son buenos y piensan del trabajador que le va mejor fuera de la empresa, “si él pudo conseguir algo mejor, entonces, yo también”.

Revisión teórica

Las principales causas de rotación de empleados en una compañía son

- El sueldo y prestaciones que ofrecen las empresas y que no reúnen las expectativas del empleado.
- El sueldo percibido no es proporcional al trabajo (Escobedo, 2013).
- Problemas con el jefe inmediato.
- Falta de promoción y reconocimiento de su trabajo.
- Condiciones laborales no aptas para el bienestar ya que si el trabajo que hacen tiene ciertos riesgos que pongan en peligro su salud o su persona, no regresará al siguiente día y esto cuesta bastante caro.
- Las actividades del trabajo no son ideales para el empleado: tal vez el empleado necesite el empleo, pero si las actividades que se requieren no son adecuadas a su persona, el empleado dejará el empleo en cuanto encuentre algo que le guste más.
- Falta de un ambiente laboral en sinergia: el ambiente desagradable que se vive en ciertos lugares de trabajo impide que los buenos empleados se desarrollen y se adapten al trabajo.
- Ausencia de promociones y reconocimientos al mérito: la diferencia entre un empleado motivado y uno que se queja de su empleo es el reconocimiento a su trabajo (Ortega, 2016).

Estas son algunas de las causas internas las que el patrón debe conocer para poder evitar la deserción

de su recurso humano, porque son factores que al estar dentro de su empresa se pueden controlar y hasta prevenir. Es cierto que se paga el trabajo, pero también es cierto que hay actividades que no son a veces agradables, entonces depende no solo del trabajo sino también de quién lo desarrolle, por ejemplo es cierto que ocho horas de barrer pisos y limpiar baños es mucho más agotador que ocho horas de estar sentada en un escritorio contestando teléfonos (Blázquez, 2001).

Es importante también decidir quién va a atender el negocio, por ejemplo un estudiante solo podrá trabajar medio tiempo, las personas casadas y con hijos tienden a considerarse más responsables que las solteras, por el compromiso que tienen de mantener una familia o trabajadores con experiencia previa, y si puede sentirse conforme con el sueldo que se pretende pagar, es importante entonces fijarse muy bien en quien se contrata ya que en los empleados se estará depositando lo más valioso que un negocio puede tener, que es el prestigio (Ulloa, 2006).

Alternativas extras que hagan más deseable permanecer en el trabajo

- Reconocimiento por escrito que el empleado se pueda llevar a casa, si se le da un reconocimiento enfrente de todo su departamento, la gente lo aprecia más.
- Pagar comisiones por un determinado número de ventas (García, 2010).
- Pagar un bono por puntualidad a los empleados más responsables.
- Bono por empleado del mes: sin que entre en el sueldo fijo.
- Bonos en especie. (el dar un bono por desempeño al empleado, el gusto le dura aproximadamente una semana, máximo 15 días)
- Clima laboral excelente y propicio.
- Vales de despensa.
- Gasolina.
- Seguro Social.
- Vacaciones.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

- Aguinaldo.
- Caja de ahorro en la que se descuenta cierto porcentaje del sueldo cada vez que se pague, que a fin de año se entregue junto con un extra que la empresa de a los participantes.
- Hacer un cuadro de honor en el área de descanso de los empleados para que otros empleados puedan compartirlo.
- Ofrecer opciones para obtener acciones de la empresa o planes de financiamiento es un método relativamente barato de aumentar el potencial de ingresos a largo plazo de los empleados.
- Oportunidades de ascenso.
- Recompensar a los empleados excepcionalmente inteligentes, habilidosos y que se esfuerzan al aumentar gradualmente sus responsabilidades y darles cargos más importantes.
- No sobrecargar a los empleados hasta el punto del agotamiento, ya que esta es una de las formas más sencillas de hacer que gran parte del personal comience a buscar otros trabajos, además es financieramente ineficaz: los empleados con trabajos muy largos o estresantes requerirán salarios significativamente más altos que aquellos que tienen labores y horas de trabajo regulares (Patiño, 2012).
- Reducir las dificultades para comunicarse con los empleados.
- Promover a empleados que ya pertenezcan a la fuerza laboral en lugar de reclutar personas externas para que ocupen roles gerenciales.

La mayor parte del tiempo que se pasa fuera de casa se está en el trabajo, y por eso debe ser como el segundo hogar. El dueño del negocio, el patrón o el jefe debe asegurarse de que el ambiente que se viva en el lugar de trabajo sea sano, saludable, armonioso, ameno y apacible, todos los empleados deben alinear sus actividades hacia una meta para poder estar en el mismo canal y volver realmente eficaces las horas de trabajo y aumentar la productividad, pues solamente así se podrá llegar al resultado deseado.

El entorno laboral

En el mercado el dinero en efectivo es el que manda, si se está dispuesto a pagarles a los empleados más de lo que lo haría la competencia, estarán menos propensos a buscar otros empleos, un beneficio adicional de aumentar el salario a los empleados es que permite exigirles más, los empleados bien pagados tienen un incentivo para trabajar más duro y para comprometerse con su trabajo, mientras que los que ganan relativamente poco generalmente no tendrán el mismo nivel de dedicación o lealtad (Root, 2013).

Se debe reequilibrar la carga laboral ya que si el trabajo de un empleado es estresante, monótono, difícil o existe sobrecarga con trabajo adicional, puede hacer que su productividad caiga en picada, en algunos casos incluso por debajo del nivel de productividad del ritmo normal de 40 horas a la semana, se ha descubierto que trabajar horas excesivamente largas puede provocar que a los empleados les tome más tiempo de lo normal desempeñar las mismas tareas, que lidien pesimamente con los problemas que requieren de un pensamiento crítico o creatividad, que cometan más errores y que desperdicien su tiempo participando en actividades recreativas o personales en el trabajo.

Hay que tener en cuenta los beneficios que los mayores competidores les ofrecen a sus empleados, si la competencia comienza a ofrecer beneficios más generosos es posible que puedan robar a algunos de los mejores empleados, se puede ofrecer un buen plan de seguro médico a los empleados para que el trabajo sea más atractivo y disminuya el índice de rotación y facilite la contratación (Ortega, 2016).

Fomentar las relaciones amistosas para empleados antiguos, colegas y jefes puede actuar como una especie de ambiente familiar, donde existan relaciones amistosas, conversaciones e incluso permitir una mejor intimidad emocional, donde los trabajadores se sientan a gusto hablando,



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

bromeando y haciendo planes fuera del trabajo siempre y cuando no interfiera con sus deberes, si hay empleados fríos, poco amigables o emocionalmente distantes, se puede intentar organizar una salida de diversión con el personal de trabajo para que permita aligerar los ánimos (Reyes, 2007).

Las personas tienden a trabajar más duro (y con más inteligencia) cuando piensan que sus empleos son de importancia, si bien los mejores gerentes lo olvidan con frecuencia, es sorprendentemente intuitivo, por eso se debe procurar darles a los empleados aún con las funciones más pequeñas un sentido de importancia y responsabilidad, esto puede hacer que sus trabajos les parezcan más atractivos y con la posibilidad de una promoción o un aumento de sueldo a futuro; los empleados no querrán lidiar con mayores responsabilidades sin ser recompensados por su trabajo.

La mayoría de expertos en el área de personal y negocios concuerdan en que una de las mejores formas para mantener el índice de rotación bajo es asegurarse de que las personas que se contraten sean las adecuadas para el trabajo, seleccionando a los empleados que tienen exactamente las cualidades y personalidad correctas para el empleo garantiza que aprenderán más rápido, se desempeñarán mejor, a continuación se muestran algunos criterios antes de contratar personal. A continuación se presentan algunos criterios para contratar personal en el siguiente cuadro.

| | |
|----------------------|--|
| Habilidades. | ¿Esta persona tiene lo necesario para aumentar el valor de la empresa? |
| Inteligencia. | ¿Esta persona tiene la inteligencia o creatividad necesarias para trabajar bajo presión? |
| Personalidad. | ¿Esta persona encaja con la cultura de tu empresa? |
| Compromiso. | ¿La vida de esta persona permite que pueda ofrecer el tipo de compromiso que buscas? |

Cuadro 1: Criterios para contratar personal. Fuente: *Elaboración propia (2016)*

Las respuestas deben orientar más para una buena contratación de personal en la empresa, lo cual permitirá tener mejores empleados (Montes, 2006).

Metodología

Evaluaciones

Si la empresa sufre de un alto índice de rotación de personal, una de las mejores formas para descubrir la razón es simplemente preguntárselo a los empleados. Llevar a cabo evaluaciones regulares en las cuales una persona calificada se reúne con cada empleado y habla con ellos acerca de lo que les gusta y no les gusta de su trabajo es una excelente manera de asegurarse de que se sientan valorados y vean que sus preocupaciones son reconocidas. Las evaluaciones deben involucrar un intercambio de información de ida y vuelta, no se deben utilizar como una oportunidad para criticar a los empleados, ya que esta también es su oportunidad para criticar a la misma empresa, se debe mantener la disposición a reunirse con los empleados en un punto medio siempre y cuando sus demandas sean razonables y sus intenciones buenas (Patiño, 2012).

Entrevistas de salida

Aun las empresas amigables y abiertas con excelentes entornos de trabajo a veces deben dejar que la gente se vaya, si la empresa tiene que hacerlo, hay que aprovechar la oportunidad para realizar una entrevista de salida detallada con el empleado despedido antes de que se vaya para siempre, los empleados están más dispuestos a sincerarse en este tipo de entrevistas, aunque otros han afirmado que muchos serán menos críticos con la esperanza de conseguir una buena recomendación. Estas son algunas de las preguntas que se pueden hacer:

- a) "¿Cuál fue tu parte favorita y la que menos te gustó del trabajo?"
- b) "¿Hubo algo que dificultó el desempeño



5^o ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

- adecuado de tus deberes?"
- c) "En el futuro, ¿cómo podríamos evitar el tipo de problemas que tuviste en tu empleo?"
 - d) "¿Hay algo que quisieras que la empresa haya hecho pero que no hizo?"

Revisar y evaluar las preocupaciones de los empleados

Para lograr que se sientan valorados, se necesita hacer un esfuerzo razonable para analizar sus preocupaciones y demostrarles que hay esfuerzos para apoyarlos en la solución de ellos, si los empleados pueden ver que sus comentarios y sugerencias son tomados en serio, pensarán que los escuchan y que sus opiniones importan dentro del gran plan de la empresa, lo cual puede hacer que un empleado incluso de nivel bajo se sienta más contento con su trabajo (Escobedo, 2013).

Por ejemplo, si se nota que muchos de los empleados se quejan por el hecho de que se sienten desconectados del resto de la empresa (es decir, que no pueden ver la manera en la que sus trabajos individuales afectan el éxito de la empresa en conjunto), es posible que se quiera considerar la posibilidad de realizar eventos en grupo donde los empleados de un sector de la empresa trabajen con los de otro sector durante el día, esto puede darles a los empleados una perspectiva superior del funcionamiento interno de la empresa (García, 2010).

Un alto índice de rotación podría no ser un problema para toda la empresa, sino solo para ciertas divisiones o departamentos y el origen puede ser algo que los jefes de departamento no controlan (por ejemplo, los niveles salariales o plazos establecidos por la gerencia más alta), pero también podría ser el estilo de gestión de los supervisores individuales lo que causa el problema, si ese es el caso, hay que considerar seriamente volver a capacitar a los gerentes problemáticos antes de despedirlos y de buscarles un reemplazo, los gerentes eficaces son esenciales para el éxito de una empresa, de modo que invertir en los que ya

tienes puede disminuir considerablemente el índice de rotación de personal. El costo único de un curso de gestión de duración corta generalmente es mucho menor que el tiempo y el dinero desperdiciado en reemplazar a un empleado en una posición de gestión sumamente especializada y con un salario alto (Reyes, 2007).

El jefe de un empleado puede ejercer un efecto mayor en su satisfacción por el trabajo que su salario, sus horas de trabajo o sus beneficios, considerando la posibilidad de alternar roles para los empleados descontentos, a veces, podría haber empleados productivos que no se desempeñan bien en el cargo que se les ha encomendado, si bien podrían trabajar duro, su personalidad o habilidad puede evitar que logren todo el potencial que requiere su cargo, en estos casos hay que evitar despedirlo hasta que se haya tenido en cuenta ubicarlo en otros cargos o deberes para él.

No se debe despedir a nadie que esté bien capacitado para otra función importante en la empresa; si se hace, se forzara a la empresa a someterse a los costos de encontrar y capacitar a un reemplazo sin llegar a recuperar el dinero invertido en un empleado perfectamente competente, hay que tener cuenta la forma cómo se plantea un cambio de cargo a un empleado.

Por ejemplo, para no herir los sentimientos de los trabajadores, hay que evitar decirle que su desempeño es bajo y que la empresa piensa que lo haría mejor en un puesto distinto, por el contrario hay que centrarse en los aspectos positivos; ser consciente del lenguaje que se usa en esta situación puede hacer la diferencia en su forma de pensar y que lo vea como una promoción nueva en lugar de como un descenso de categoría (Root, 2013).

Evitar realizar reorganizaciones constantes

En muchos casos, hallar cargos nuevos para empleados antiguos puede ser algo que ayude a incrementar la productividad y la satisfacción, las



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

reorganizaciones corporativas a gran escala generalmente son algo que los empleados temen y con justa razón ya que la mayoría de esfuerzos por reorganizar personal en toda la empresa da lugar a algunos despidos (a veces a muchos), estas reorganizaciones frecuentes pueden dar lugar a una cultura de temor e incertidumbre en la fuerza laboral y alienta al personal a buscar empleos más estables, para evitar esta situación hay que procurar realizar frecuentemente reestructuraciones en los empleados ya que los cambios graduales y lentos son casi siempre mejor recibidos que los que se producen repentinamente y a gran escala

Si hay necesidad de hacer una reorganización importante en toda la empresa, se minimiza el daño moral al comunicarles claramente a los empleados restantes la razón de dicha reorganización y explicarles que sus empleos no están en peligro de ninguna forma, una buena comunicación puede ayudar a mantener el daño al mínimo posible (Blázquez, 2001).

A veces, para salvar una mano, es necesario perder un dedo, deshacerse de los empleados sumamente problemáticos es una necesidad para cualquier empresa que busque mantener la rotación del personal al mínimo, los empleados que tienen un mal desempeño, una actitud negativa o que son sumamente incompetentes pueden retrasar el progreso de la empresa y contribuir a que otros empleados desarrollen actitudes negativas hacia el trabajo al compartir sus puntos de vista negativos o al demostrar (mediante el ejemplo) que el mal desempeño puede quedar impune, mientras más personas esparzan pensamientos negativos en un entorno laboral, habrá mayor probabilidad de que los empleados contentos y productivos adopten dichas formas de pensar (Contreras, 2015).

Los empleados que tienen un sentido de posesión de la organización tienen menos probabilidades de abandonar su trabajo ya que crean un sentido de posesión al otorgarles responsabilidad y entonces se podría hacer que los deberes se vean como otra actividad, es importante entonces expresar el aprecio a los trabajadores con regularidad, el éxito

se debe recompensar en forma conjunta, haciendo que todos sientan que contribuyeron al éxito general (López 2011).

Se debe ofrecer a los empleados la opción de capacitarse en múltiples áreas, en casos determinados y en algunos empleados solo quieren saber de su propio trabajo, muchos trabajadores se aburren y prefieren desafiarse a aprender habilidades nuevas, el tener empleados que sepan más, beneficia tanto a la organización como a ellos mismos, si se da el caso de perder a algún empleado, otros pueden intervenir y ocupar su lugar y si se va a eliminar el puesto de trabajo, el empleado capacitado puede pasar a un área nueva gracias a las habilidades que adquirió.

Se deberá interrogar a los empleados que renuncian y averiguar la razón detrás de su decisión, ya que si se sigue permitiendo que los empleados renuncien sin realizar ningún esfuerzo o acción para detenerlo se creará efectivamente una cultura que se convierta en la norma de la empresa (Montes, 2006).

Otorgamiento de premios y recompensas por los logros

Los premios pueden por buena asistencia o incentivos económicos a cambio de un incremento en la productividad del departamento, recompensas o mercadería gratuita de la empresa, pero es importante mantenerse alejado de los programas de incentivo que hagan que los empleados se enfrenten entre sí, ya que la competencia resultante puede provocar tensión y mala fe, la rotación de personal, hace que constantemente haya pérdidas de productividad, inversión y tiempo para una empresa, se debe evitar caer en el mismo círculo de selección-entrenamiento-trabajo breverenuncia/despido.

Recomendaciones

No se recomienda contratar personal solo para cubrir vacantes, aunque constantemente se tiene



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

esa mentalidad, lo cual hace desgastarse más en el futuro a que si se contratara al candidato ideal, se debe contratar personal cuyas características las haya logrado en un tiempo menor, de manera general se inclinan por el que tiene mayor experiencia en años, pero existen candidatos cuyo desarrollo y aprendizaje fue más rápido que otros, existen miles de candidatos que no se postulan por no cubrir determinados años de experiencia.

Nunca se debe tratar mal a ninguna persona que esté en proceso de selección ya que no se sabe cuándo se volverá a necesitar a un postulante para que reemplace algún puesto, en ocasiones se da por hecho que no se le volverá a ver si es que no empató dentro del perfil que buscado en un momento específico, si en el futuro se desea tener el personal adecuado dentro de la empresa donde se labore, lo mejor será ser profesional y no que perciban una mala cara (Contreras, 2015).

Algunos factores causantes de la salida de los empleados

- Falta de adaptación ante el ambiente laboral que se percibe
- No existe química entre los jefes y los subordinados.
- Las personas no coincidían con los objetivos de la empresa.
- Falta de habilidad social.
- La mayor parte de las personas experimentan ansiedad el primer día o a la semana, al no saberlo controlar, desisten y prefieren dejar el puesto que lidiar con esta situación.
- El sueldo no era como ellos pensaban.
- No lograron adaptarse al esquema de trabajo.
- La capacitación es adecuada, pero siguen con dudas, se sienten deficientes y es cuando prefieren irse.
- Exceso de trabajo para el puesto que ocupan.
- Pago de comisiones bajas.
- Mal trato del supervisor del área.
- Instalaciones sucias.

- La ubicación de la empresa en un lugar poco accesible, en una zona insegura o con poco transporte público.
- Trabajos repetitivos.
- Falta de reconocimiento.
- No terminan de ajustarse al puesto, no encajan con el perfil.
- Quienes salen a los tres meses es porque aún no había entrado en la cultura organizacional; en su mayoría habían estado buscando una mejor oferta y deciden tomarla cuando se presenta la oportunidad.

La rotación de personal también depende de la industria en la que se desarrollen, se debe comprar el índice de rotación con industrias similares y así tener un parámetro de medición que les indique si la rotación de la compañía en la que laboran es alta, media o baja, en México el índice de rotación de personal es del 18%, que es el más alto en América Latina, uno de los principales problemas se debe a que la administración de la compañía no le da el valor que se merece al capital humano con el que cuenta y que, finalmente son los responsables de atraer negocios, generar ideas, proporcionar servicios al cliente, administrar el dinero y satisfacer las necesidades externas e internas dentro de las organizaciones (Escobedo, 2013).

La rotación de personal es muy costosa, en algunos casos cuando se contratan agencias de reclutamiento estas cobran por cada posición que reclutan y cuya garantía puede ser entre 60 y 90 días, aunque el estar contratados las personas a través de una empresa externa cuentan con un respaldo que garantiza el cumplimiento de los derechos laborales, y además se encarga de dar seguimiento y ampliar las posibilidades y oportunidades de empleo de acuerdo a las capacidades y aspiraciones de cada individuo, en el caso de contar con un departamento de reclutamiento es comenzar de nuevo con la búsqueda de talento e invertirle tiempo valioso que podrían dedicarle a otras cuestiones de igual o mayor importancia, esta comprobado que los costos de una alta rotación de personal representan



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

entre el 5 y 7% de la nómina anual de la empresa (García, 2010).

Lo primero que hay que hacer es identificar el principal problema por el que la gente se está retirando de la compañía y diseñar un programa integral que contemple las causas que provocan insatisfacción y poca motivación en los empleados y mejorar los esquemas de retribución y reconocimiento del trabajo de los empleados, dicho programa debe contemplar (Montes, 2006). Se presenta enseguida un programa de mejoramiento a empleados mencionando algunas características que pueden considerarse para realizar una contratación efectiva:

| Sueldo. | Prestaciones. | Instalaciones. | Cargas de trabajo. |
|--|--------------------------------|---|-----------------------------------|
| Actitud de los jefes. | Espacios para tomar alimentos. | Recursos materiales para realizar el trabajo. | Actitud de los jefes. |
| Programas de inducción y capacitación del personal de nuevo ingreso. | Evaluación de personal. | Métricas de desempeño | Brindar seguridad a los empleados |

Cuadro 2: Programa de mejoramiento a empleados.
Fuente: elaboración propia (2016)

Está comprobado que los trabajadores estarán más motivados, serán más productivos, trabajan más a gusto y pensarán más de dos veces antes de dejar una compañía, por el tipo de instalaciones con las que cuente la empresa y por la comodidad que represente su trabajo, a los empleados les gusta sentir que si se la están rifando por la compañía exista reconocimiento por parte de la misma y que mejor que considerar a los empleados que cumplan ciertos requisitos para promoverlos a cargos más importantes dentro de la organización, sobre todo

con los que tienen cierto tiempo, han sido pacientes y cumplen con el perfil requerido, antes de traer a un externo al que hay que invertirle más de lo que uno se imagina para que pueda dominar el puesto (López, 2011).

Apoyo a empleados

Los programas de apoyo a empleados deben considerar algunas propuesta manifestadas en el siguiente cuadro:



| | |
|---|---|
| Cursos, oportunidad de competir por otros puestos afines al suyo cuando exista la vacante | Actualizaciones dentro de su área, actividades que sean un nuevo reto para ellos, plan de carrera |
|---|---|

Cuadro 3: Programa de apoyo a los empleados.
Fuente: elaboración propia (2016)

En ocasiones las empresas, sobre todo las pequeñas, no cuentan con los recursos económicos para ofrecer este tipo de beneficio a sus empleados pero es cuestión de voluntad el hacerlo pues los mismos integrantes del equipo pueden planear una capacitación o curso para los demás miembros, lo importante es compartir conocimientos y que todos salgan beneficiados de esta experiencia (Contreras, 2015).

Reforzar la cultura del trabajo en equipo

En ocasiones se ven como enemigos a compañeros de otras áreas, generando relaciones interpersonales poco favorables dentro del ámbito laboral, perdiéndose de vista los objetivos que se tienen en común al formar parte de la empresa y la



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

conciencia de lo que yo hago repercute a otros puestos o áreas y viceversa.

Para convivir y fomentar la comunicación en todas direcciones se debe crear un ambiente cordial para todos los colaboradores y esto es un punto de gran relevancia, pues trabajar en un ambiente en armonía es vital para mantener, e incrementar, la productividad de los empleados, el clima laboral influye directamente en la satisfacción de los trabajadores y por lo tanto en la productividad.

En la actualidad las personas buscan un equilibrio entre la vida laboral y la personal lo que, en ocasiones, se hace imposible debido a los extensos horarios que se requiere al personal en las empresas o la poca flexibilidad en cuanto a permisos para atender la vida que se tiene fuera de las oficinas, negocios, tiendas, etc. y que finalmente no se puede adecuar al horario que se tiene en el trabajo, lo que hace que la gente se sienta insatisfecha en este ámbito y repercute en su desempeño laboral, para algunos empleados es importante que sus superiores reconozcan y valoren las aportaciones que ellos hacen por la empresa y como eso repercute de manera favorable a la misma (Montes, 2006).

Selección del personal

Es importante reconocer que si el perfil que se busca no es el adecuado hay que corregir esto inmediatamente, actualmente hacer antigüedad es cada vez menos frecuente, 12 de cada 100 empleos son reemplazados al año, como consecuencia de búsqueda de mejores alternativas laborales, casi 60% de los empleados están bajo contratos eventuales u outsourcing, provocando una alta rotación en los centros de trabajo, la antigüedad laboral genera altos costos al separarse el trabajador de su empleo, por lo que la rotación se ha convertido en una práctica cotidiana en aumento (Contreras, 2015).

Las empresas buscan no pagar altas indemnizaciones que por ley les corresponde a sus trabajadores, por lo que se está elevando la

rotación, la cual desde la perspectiva del empresario, no es del todo mala ya que también trae consecuencias positivas como resultado de la absorción de otras funciones gracias a los nuevos integrantes, que además mejoran el clima laboral, elevando el talento y reduciendo los costos de operación.

Tipos de rotación de personal

En ocasiones se piensa que con pagar un bono extra la gente se va a quedar y no es así, la rotación potencial debe medirse con encuestas, analizar cada caso y ver qué puede arreglarse, a continuación se mencionan algunos tipos de rotación de personal:

- Bajas inevitables: cuando un trabajador se jubila, enferma o muere.
- Bajas necesarias: se dan cuando un empleado comete un acto ilícito como fraude o robo.
- Bajas por cuestiones personales: cuando el empleado deja el trabajo por embarazo, cambio de residencia o un mejor sueldo.
- Bajas por cuestiones laborales: cuando el empleado no cumple con el perfil y competencias del puesto asignado.
- Cuando el trabajador desea renunciar a la empresa, pero muchas veces no se mueve porque no ha encontrado algo mejor que cubra sus expectativas.
- Pérdida de la estabilidad laboral.

De acuerdo a una encuesta del portal Bumerán entre 200 compañías manifestaron lo siguiente:

| | |
|-------------|---|
| 55% | De los encuestados no espera durar más de dos años en el mismo empleo. |
| 20% | considera que durará sólo seis meses en su actual empresa |
| 25% | De las compañías consultadas prevé retener a sus empleados entre 5 y 10 años, |
| 21%, | es 21%, tima retenerlos más tiempo. |

Cuadro 4: Encuesta realizada por Bumerán laboral.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Fuente: elaboración propia (2016).

Las personas ya no esperan muchos años para lograr un ascenso; en vez de esto, buscan lugares donde rápidamente se les reconozca, es más frecuente que las empresas usen los servicios de head hunters (cazadores de talento) para llevar gente experta de una organización a otra, cada vez hay más profesionistas que deciden invertir en sí mismos, prepararse y hacer carreras breves en las empresas, en cada una dan lo mejor de sí y cambian de lugar en promedio cada cuatro años, en general el 71% de los trabajadores mexicanos, están conformes con su empleo, posición laboral y con el trato que reciben de sus jefes o superiores (Montes, 2006).

La Organización Internacional del Trabajo rechaza de raíz trabajos con jornadas largas que van desde 12 o 24 horas sin descanso en ámbitos de seguridad y salud, porque no ayudan a la productividad de la economía en su conjunto, en los hechos, estos procesos productivos continuos se cobijan en una lógica patronal de maximizar el rendimiento financiero del capital invertido en maquinaria, insumos y mano de obra (Contreras, 2015).

Según datos del Instituto Mexicano del Seguro Social, tan sólo en 2013 se registraron en México un total de 415 mil 660 accidentes de trabajo y 6 mil 364 enfermedades de trabajo, perecieron 982 personas por motivos laborales, todo esto obedeció a esas ríspidas, largas y agotadoras jornadas. La relación entre turnos de trabajo y la salud y seguridad es compleja, e influenciada por lo siguientes:

- Características de los turnos
- Características del trabajo en sí y del trabajador.
- El medio ambiente laboral.
- Factores organizacionales.
- Demandas del trabajo.
- Personalidad de los obreros.
- Características sociodemográficas.
- Localización geográfica.
- Recursos recreacionales.
- El soporte social puede influir o modular los efectos respectivos.

El problema de la rotación por turnos, sobre todo de noche, es el desarrollo de actividades en contra del reloj biológico interno, trabajar de noche origina una desincronización de las funciones corporales. Los humanos somos seres diurnos que estamos programados para desarrollar actividades durante el día y recuperarnos de la fatiga durante la noche (López 2011).

Los obreros que se dedican a trabajar en turnos o quienes trabajan largas horas (más de 10 horas al día) puede experimentar una considerable disfunción de las actividades familiares y sociales, la cantidad de sueño puede ser reducida en más de dos horas, pero hay también un efecto adverso en la calidad del mismo, tal déficit puede conducir a la somnolencia en el trabajo e incluso la aparición de dormitadas con repercusiones importantes en la producción y seguridad.

Salud en riesgo

En las universidades mexicanas se ha comprobado que los rotadores por turnos dentro del trabajo excesivo tienen un 40 por ciento de incremento de riesgo de sufrir una enfermedad cardiovascular, tienen un mayor riesgo de desarrollar altos niveles de colesterol y triglicéridos e incrementa el riesgo de sufrir hipertensión arterial (Contreras, 2015).

La mayoría de los trabajadores nocturnos se quejan de dispepsia (digestión laboriosa e imperfecta), acidez estomacal, dolores abdominales y flatulencia. La etiología de los trastornos gastrointestinales es probablemente multifactorial e involucra factores dietéticos, estrés sicosocial y pérdida de sueño, con el número sucesivo de noches de trabajo nocturno se incrementa el riesgo de errores y accidentes. Con relación a la primera noche, la segunda tiene un riesgo adicional de un 13%, la tercera un 25% y la cuarta un 45%, revelan reportes del mismo IMSS.

Conclusiones



5^o ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Cuando existen muchos accidentes en el área de trabajo de la empresa se puede deber a un exceso de trabajo que da origen a la elevación de accidentes laborales, más allá del llamado trabajo excesivo roba ingresos reales a los empleados por tiempos muertos que nunca se pagan, además de estrés, fatiga, problemas cardiacos, neurológicos y gástricos, esta actividad quiebra familias, genera adicciones, ausentismo, trastornos psicológicos y sociales y, en los hechos, deshace personalidades y comunidades.

Se trata de hombres y mujeres que en su jornada desayunan, comen, cenan o incluso dormitan (Contreras, 2015), es un trabajo agotador porque no se les respetan las horas convenidas, lo que les genera en lo personal enfermedades crónicas degenerativas, cansancio y sueño constante, en el aspecto familiar, son permanentes los problemas por la ausencia del padre o madre proveedora y, en lo profesional, también esto impacta en la disminución en el estado de alerta, lesiones por accidentes de trabajo e incluso conductas impulsivas. La tercera parte de los 415 mil accidentes de trabajo que el IMSS reporta en un año se deben a turnos de 24 y hasta 48 horas continuas, los cuales minan la salud, generan adicciones y separan a las familias.

En el caso de gente considerada como importante dentro de la organización y se quiere retener, se le puede hacer una oferta que mejore las condiciones salariales que le pueden estar ofreciendo otras empresas y mostrar habilidad de negociación para no perder al personal haciendo todo lo posible para evitar que abandone la organización. Quien ha tomado la decisión de dejar la empresa no habrá oferta que pueda cambiar el rumbo de las cosas y evitar su salida. Cuando alguien sale de la empresa, ya sea porque renunció o se le finiquitó, siempre hay que hacer una entrevista de salida para determinar cuáles son las causas reales por las que se va, si fue porque el jefe era severo, negativo, trataba mal a la persona, por el ambiente de trabajo, entre otras cosas.

Metodología:

Es una investigación cualitativa y explicativa: porque tiene una relación causal ya que no solo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo.

Es una investigación correlacional ya que se va a medir el grado de relación existente entre dos o más conceptos o variables.

La información a recabar se hará a través de entrevistas y cuestionarios con personal administrativo y operativo para contrastar la percepción de ambos.

Resultados

Analizar y enfatizar sobre las posibles causas de deserción de personal son muy variadas ya que dependen principalmente del tipo de organización y cultura que prevalecen en los lugares de trabajo, diversos estudios se han enfocado a evitar la deserción para no incurrir en gastos, pero sobresalen otro tipo de problemas apegados a la salida de los trabajos que pocas veces son considerados, sin embargo sus efectos siguen siendo impactantes para los empresarios.

Conclusiones, resultados y propuesta

Estimular y reconocer verbal y económicamente los logros de los empleados.

Definir una misión y visión claras y hacerlas llegar a todos los niveles de la organización. Fomentar el respeto mutuo entre todo el personal y la equidad de género.

Crear sistemas de ascensos por capacidad más que por antigüedad.

Fomentar de manera continua el trabajo en equipo. Tener servicio de comedor interno, donde el trabajador reciba alimentos higiénicos y con alto contenido proteínico, pudiéndose manejar su mantenimiento con una aportación entre el trabajador y la empresa.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Aplicar sistemas de equidad de trato en los trabajadores con el fin de evitar discriminaciones. Crear sistemas de competencia interna entre los diferentes departamentos con beneficios tangibles como ascensos o bonos por productividad.

Mantener una comunicación continua con los trabajadores para detectar necesidades, carencias o actividades que benefician o perjudican al trabajador.

Dar una inducción y capacitación a los nuevos empleados.

Manejar luz natural, buena ventilación y tener plantas en las oficinas.

Ofrecer un tiempo al día a todos los colaboradores para comer, hacer ejercicio y convivir.

Fomentar el comportamiento y una educación formativa de valores.

Detectar y desarrollar las competencias de cada empleado con el fin de lograr un mejor aprovechamiento de la mano de obra de cada trabajador.

Reconocer y premiar la innovación en los trabajadores.

Otorgar de acuerdo a las posibilidades de la empresa prestaciones que se integran en la LFT. Involucrar en la toma de decisiones cuando así lo amerite la situación a los empresarios, autoridades, sindicatos, trabajadores y sus familias.

Establecer sistemas de detección de chismes y rumores que perjudican al personal y establecer sanciones a quienes lo propaguen.

Dotar al personal de las herramientas y equipo necesarios para el buen desarrollo de su actividad.

Implementar sistemas de capacitación con los trabajadores de mayor experiencia hacia los de menor experiencia y compartir comentarios ambos, etc.

Bibliografía y cibergrafía:

1. Consejos para reducir la rotación de personal en nuestra empresa (2016). Recuperado de www.empresariosenred.cl/escuela-de-negocios/consejos-para-reducir-la-rotacion-de-personal-en-nuestra-empresa

[ela-de-negocios/consejos-para-reducir-la-rotacion-de-personal-en-nuestra-empresa](http://www.empresariosenred.cl/escuela-de-negocios/consejos-para-reducir-la-rotacion-de-personal-en-nuestra-empresa).
empresariosenred.cl.

2. Contreras Salcedo Jaime. (2015). Trabajos de infarto; los daños por horarios laborales extenuantes. Recuperado de Excelsior. 4. www.excelsior.com.mx/nacional/2015/08/30/1042959.
3. Escobedo Muñoz Angélica Carolina. (2013). Rotación de personal. Recuperado de www.gestiopolis.com/rotacion-de-personal/
4. Florentino Blázquez Entonado (2001). Sociedad de la información y la comunicación Recuperado de www.ub.edu/prometheus21/articulos/obsciberprome/blanquez.pdf
5. Bibliography \l 2058 Ferrero, P. (2006). Se intensifica la rotación de personal. El universal, pág. 1. recuperado el día 14 de junio del 2006. De archivo.eluniversal.com.mx/finanzas/52460.html
6. García Vilma (2010). Ventajas y desventajas de trabajar en una gran empresa. Recuperado de coyunturaeconomica.com/consejos/empleoen-grandes-empresas
7. López Juan (2011) Propuesta para reducir la rotación de personal. Recuperado de org/empresas/propuesta_para_reducir_el_indice_de_rotacion_de_personal.html.
8. Montes Capataz Rafael M. (2006) Las Relaciones Interpersonales en el Trabajo. Recuperado de nature.berkeley.edu/ucce50/agrolaboral/7libro/12s.htm
9. Rabinowitz Phil (2016). Desarrollar un plan para contratar y formar al personal. Recuperado de ctb.ku.edu/es/tabla-decontenidos/estructura/contratacion-yentrenamiento/desarrollo-un-plan/principal.
10. Reyes Regina (2007). La rotación cuesta caro. Recuperado el 31 de Marzo
11. 2016 Recuperado de www.cnnexpansion.com/midineroy/2007/6/la



5^o ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

12. Ulloa Aida, 2006. Empleados van y vienen,
Recuperado del universal,
archivo.eluniversal.com.mx/finanzas/54866.h
tml
13. Ortega Melina (2016), como lograr que los
empleados se queden trabajando Recuperado
de www.mercadeobrillante.com,
14. Patiño Peregrina Humberto
(2012)
Recuperado de
documents.mx/documents/tendenciaspsicolog
ia-organizacional-en-el-mundo1.html
15. Root III George N (2013) Principales causas
de conflicto. Recuperado de
pyme.lavoztx.com/principales-causas-
deconflicto-7550.html



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Estudio del mercado laboral con una visión prospectiva para el Profesional Técnico de Nivel Superior (PTNS), mediante el uso de una Matriz de Impacto Cruzado (MIC), en la región IV en el estado de Hidalgo, México.

Área Temática: Capital Humano en las Organizaciones

Autores:

Dr. Hugo Armando Buitrón Ramírez
Universidad Tecnológica de Tula - Tepeji
Email: hbuitron@gmail.com
Tel. (773)7329100 Ext. 340

Mtro. José Francisco Hernández Gracia
Universidad Tecnológica de Tula - Tepeji
Email: jhernandez@uttt.edu.mx
Tel. (773)7329100 Ext. 281

Mtra. Adriana Martínez Lecuona
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Escuela Superior de Tlahuelilpan
Email: maladi_640919@hotmail.com
Tel. 01(771) 717 2000 Ext. 5501 y 5502



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Estudio del mercado laboral con una visión prospectiva para el Profesional Técnico de Nivel Superior (PTNS), mediante el uso de una Matriz de Impacto Cruzado (MIC), en la región IV en el estado de Hidalgo, México.

Resumen: *En tiempos recientes, la oferta laboral y la formación para el trabajo se han dimensionado como una apuesta para optimizar las condiciones de productividad y competitividad de las empresas y en consecuencia el bienestar de los trabajadores del país, es por eso que se constituye como una de las estrategias necesarias contempladas en el plan estatal de desarrollo 2011-2016, con la finalidad de que se logren afianzar los procesos de transformación educativa, productiva, social y económica en el estado de Hidalgo, bajo esta perspectiva, se elaboró un estudio prospectivoestratégico sobre el futuro del mercado laboral para el Profesional Técnico de Nivel Superior (PTNS) en la región estatal IV, integrada por los municipios de Tepetitlán, Tezontepec de Aldama, Tlahuelilpan de Ocampo y Tula de Allende, mediante el uso de metodologías para estudios futuros, en específico de una herramienta prospectiva denominada Matriz de Impacto Cruzado (MIC), la cual nos ha permitido contar anticipadamente con información sobre sus condiciones futuras, estrategias e hitos en el horizonte del año 2020 y en consecuencia definir parte del contexto y situaciones críticas, con la participación de los distintos actores vinculados en el tema laboral en la región, en el que se podrán dar soluciones anticipadas, así como conocer y adaptar estrategias eficazmente para cubrir las necesidades futuras de PTNS en las empresas de la región bajo estudio.*

Abstract: *In recent times, labor supply and job training are dimensioned as a bid to optimize the productivity and competitiveness of enterprises and consequently the welfare of workers in the country, which is why it is one of the necessary strategies included in the state development plan 2011-2016, in order to achieve that strengthen the processes of educational, productive, social and economic transformation in the state of Hidalgo, in this perspective, a prospective study was prepared and strategic on the future of the labor market for the Technical Professional Higher Level (PTNS) in state region IV, composed of the municipalities of Tepetitlán, Tezontepec de Aldama, Tlahuelilpan de Ocampo and Tula de Allende, using methodologies for future studies, in particular a prospective tool called cross-impact matrix (MIC), which has allowed us to have advance information about future conditions, strategies and milestones in the year 2020 and thus define part of the context and critical situations, with the participation of the various actors involved in labor issues in the region, which may give advance solutions and effectively meet and adapt strategies to meet the future needs of PTNS in companies of the region under study.*

Palabras clave: Prospectiva, Mercado Laboral, Profesional Técnico.

necesario conocer los distintos escenarios laborales futuros y su influencia en el contexto regional.

Introducción

La creciente importancia económica y social del sector industrial y su correlación con el sector laboral, suponen la introducción de nuevas perspectivas de expansión y desarrollo de ambos. No obstante, factores como la globalización del mercado, la acelerada renovación tecnológica, los componentes normativos y culturales inherentes a este mercado, le confieren una dinámica particular y específica, además de la continua innovación e incremento de la competitividad, ha hecho que las empresas y organizaciones demanden profesionales con habilidades y competencias específicas e integrales, lo que se infiere condicionara el comportamiento del mercado de trabajo a nivel nacional, en donde la región bajo estudio no es ajena a estos cambios, por esta razón se consideró

Desarrollo nacional, estatal y regional

En congruencia con el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013-2018, parte del compromiso del gobierno estatal consiste en lograr un crecimiento económico que genere empleos de calidad, creando las condiciones necesarias para que las empresas de todos los tamaños puedan formarse, desarrollarse y transformarse de acuerdo al ritmo que marque la economía globalizada.

Con base en lo anterior citado y para contextualizar el desarrollo estatal, se pone en perspectiva lo señalado por José Luis Ortiz Santillán (1996), en su artículo “Estado de Hidalgo: Problemas de desarrollo” en donde afirma que el desempeño que ha tenido durante los últimos 30 años la economía mexicana, se ha caracterizado por su persistente



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

inestabilidad y por ser el escenario modelo para la aplicación de los programas de ajuste y estabilización económica promovidos por entidades financieras nacionales y los organismos financieros multinacionales, los cuales han perseguido sanear las cuentas de la nación para buscar su equilibrio y reactivar la economía, pero han obviado los efectos perniciosos de estos programas, los cuales han sido más devastadores sobre la economía de aquellos estados de la federación que presentan mayores signos de atraso económico y social, cuyo nivel de vida evidencia el subdesarrollo, como es el caso del estado de Hidalgo.

Planteamiento del problema

El estado de Hidalgo como ya se mencionó, cuenta con un rezago histórico en materia económica que lo sitúa entre los estados peor ubicados en cuestiones de empleo, como lo señala Sara Elizondo (2013) en su artículo “Asciende la tasa de desempleo en el estado, según INEGI”, en cual señala que durante el primer trimestre del año, la Tasa de Desocupación (TD) en Hidalgo fue de 4.88 por ciento (%), mientras que el año pasado la Población Económicamente Activa (PEA) representaba el 4.78 % en el estado. Por lo anterior expuesto, se consideró que un estudio prospectivo (Godet, 2000) del mercado laboral para profesionales técnicos de nivel superior, será un aporte importante a la integración y el desarrollo regional hacia el año 2020, en el cual se pueda construir colectivamente un futuro que sea propicio para conocer y revertir los indicadores del empleo observados en la actualidad en la región bajo estudio.

Dado lo anterior, se formularon las siguientes preguntas que serán la guía durante el desarrollo de la presente investigación:

¿Es posible conocer cuáles son las condiciones que ofrecerá el mercado de trabajo en la región a los profesionales técnicos de nivel superior? ¿Es viable identificar los factores que pueden contribuir en mayor o menor medida en la oferta laboral futura en la región?

Objetivo general

Elaborar un estudio de situación del mercado laboral futuro en la región IV en el estado de Hidalgo, mediante el uso de la herramienta prospectiva Matriz de Impacto Cruzado (MIC) que permitirá definir parte del contexto y situaciones críticas, con la participación de los distintos actores vinculados en el tema laboral en la región, en el que se podrá dar soluciones anticipadas, así como conocer y adaptar estrategias eficazmente para cubrir las necesidades futuras de PTNS en las empresas de la región.

Objetivos específicos

- Predecir la demanda de empleos para profesionales técnicos de nivel superior en las empresas de la región con fines de industriales y de servicios.
- Predecir la demanda de profesionales técnicos de nivel superior por su tipo, en las empresas de la región.

Justificación

Con base a lo anterior citado, se consideró que un estudio prospectivo del mercado laboral para PTNS, es un aporte importante a la integración y el desarrollo regional hacia el año 2020, en el supuesto que la formación para el trabajo marcará un derrotero para el logro de un futuro deseable y compartido, en el cual se podrá construir colectivamente un porvenir que sea más propicio para un desarrollo sostenible, necesario para revertir los indicadores del empleo observados en el estado y en consecuencia disminuir los efectos que una variación futura positiva o negativa en la relación oferta-demanda en el mercado laboral de la región.

Teoría del dominio y trabajos previos

Conceptualización del objeto de estudio

Para iniciar el proceso de acercamiento del futuro laboral de la región, fue necesario desarrollar un diagnóstico situacional prioritariamente participativo y praxiológico-acción futura-, el cual se fundamenta en aportaciones teóricas e investigaciones y que privilegia la experiencia personal y colectiva como fuente de reflexión y toma de decisiones, que nos permita establecer un marco de referencia para la construcción de escenarios futuros del mercado de trabajo para el PTNS.

Modelo educativo de PTNS

El modelo educativo del PTNS se sustenta tanto en seis atributos, que enmarcan y orientan el desarrollo curricular y su aplicación; como en la función de vinculación (SEP, 2015). Este modelo educativo privilegia a la práctica sobre la teoría, condición que propicia en sus egresados una rápida inserción en el mercado laboral, mediante un exitoso programa de vinculación que incluye la realización de proyectos de estadía, en los cuales, los estudiantes del último cuatrimestre (sexto) de Técnico Superior Universitario (TSU), (Profesional Técnico de Nivel Superior) ponen en práctica sus conocimientos y adquieren su primera experiencia laboral, misma que conduce a la inserción de más del 70 por ciento de egresados en el mercado de trabajo, dentro de los primeros seis meses de egreso (SEP, 2008).



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Análisis del mercado de laboral para el PTNS

Según Joscár F. León F. (2014), se denomina mercado de trabajo o laboral al conjunto de relaciones entre empleadores (oferentes de empleo o demandantes de trabajo) y personas que buscan trabajo remunerado por cuenta ajena (oferentes de trabajo o demandantes de empleo). El análisis de mercado laboral es un proceso que consiste en relacionar al profesional con su entorno, ayudando a identificar ventajas y desventajas que le dificultan su inserción a su mercado objetivo.

¿Qué es prospectiva?

“La prospectiva parte del concepto que el futuro aún no existe y “se puede concebir como una realización múltiple” (Jouvenel, 1968).

En este contexto, nace la prospectiva (también conocida como futurología), disciplina basada en el método científico que estudia el futuro para comprenderlo y poder influir en él, tal como se señala en la Enciclopedia Biográfica, Biografías y Vidas (2014), al filósofo francés Gastón Berger, como su principal propulsor.

¿Para qué se utiliza?

La prospectiva se aplica normalmente para explorar las posibles y/o probables evoluciones futuras de empresas, grupos, sectores, organizaciones, instituciones, temáticas o problemáticas de toda índole (políticas, económicas, tecnológicas, sociológicas, educativas, etc.) a medio y largo plazo, mediante el análisis de las variables que más influirán en su evolución y teniendo en cuenta los comportamientos de los “actores” implicados. Se elaboran “escenarios” probables, a partir de los cuáles se obtienen inputs que nos servirán para definir, desarrollar e implantar las estrategias más adecuadas (IPE, 2014).

¿Qué es la prospectiva laboral?

Según el Ministerio de Trabajo de la República de Colombia (2014), es la disciplina encargada de estudiar el futuro del mercado de trabajo. En este sentido, la prospectiva laboral busca identificar cuáles son las tendencias que seguirán las principales variables del mercado laboral en el futuro. Esas tendencias pueden ser de carácter cuantitativo (como por ejemplo, el nivel de empleo, tasa de desempleo, entre otros) o cualitativo (tales como perfiles ocupacionales, las necesidades de formación y las competencias).

Matriz de Impacto Cruzado

El uso de un modelo básico o el complejo en un estudio prospectivo fundamental depende de su capacidad de identificar rupturas con respecto al presente y de permitir la construcción colectiva del futuro, la MIC se encuentra entre las técnicas de pronóstico o de prospectiva más usadas. Su lógica básica consiste en hacer una exploración del futuro (prospectiva) sobre la base de una serie de eventos que pueden o no ocurrir dentro de un horizonte temporal determinado. En tal sentido, el vocablo o término “evento” se refiere a una hipótesis que puede o no ser cierta, según qué tal evento ocurra o no en un marco temporal analizado.

Ahora bien, no basta con identificar un conjunto de eventos cuyas combinatorias de ocurrencia especifiquen los escenarios futuros posibles, sino que también es necesario establecer las interrelaciones en cuanto a la ocurrencia entre unos y otros, esto es, el impacto cruzado en las ocurrencias de los mismos (Escobar y González, 2012).

Metodología

Diseño del estudio, técnicas e instrumentos a aplicar

El desarrollo de esta investigación se realizara de forma inicial aplicando el método deductivo (Incasting), (Bas, 1999), el cual bajo la idea de lo general a lo particular, tendrá tres aspectos: como primer fase, una investigación documental; como segunda fase una actividad empírica (trabajo de campo) y como una tercera fase un análisis estadístico y prospectivo, mediante el cual se buscara abordar algunas de las diferentes perspectivas que el objeto de estudio pueda presentar, en concordancia con los actores que la definen y condicionan.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

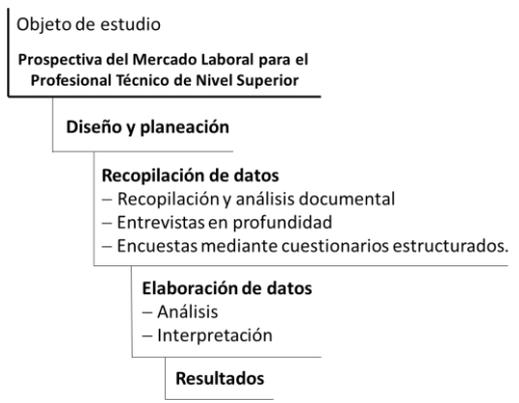


Figura No.1. Esquema prospectivo de investigación, Fuente: propia

Análisis sectorial del mercado de trabajo

Para efecto del presente estudio se consideró el sector empresarial de la región como una abstracción que recoge las características fundamentales de las empresas que forman parte de él, por lo que la demanda de PTNS y las necesidades formativas del sector, en cierta forma, son referente para todas las empresas a considerar en el cálculo de la muestra.

Diseño de la investigación

Tamaño de la muestra

La muestra es probabilística, aleatoria y estratificada, en donde todas las empresas registradas en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) en los municipios de la región bajo estudio, tienen la misma posibilidad de ser elegidas y se determinara de la siguiente manera:

El número de empresas a entrevistar que se considera una muestra representativa de nuestro universo total, se obtuvo mediante la siguiente fórmula (López, 1976):

$$N = \frac{4 p q N}{S^2 (N - 1) + 4 p q}$$

Donde:
N = Tamaño de la muestra (Empresas registradas en el SIEM, en los municipios bajo estudio). 4 = Valor constante para estudios con un nivel de confianza del 95% p = Probabilidad de que ocurra el evento.
q = Probabilidad de que no ocurra el evento.

S² = Margen de error.

Sustituyendo los valores en la fórmula, se obtuvo el número de entrevistas o cuestionarios a aplicar:

$$N = \frac{4 (50) (50) 124}{4 (124 - 1) + 4 (50)(50)} = 103.60 (104 \text{ Entrevistas})$$

El cálculo de la muestra obtenida que representa el total de nuestro universo disponible es de 124 empresas registradas a la fecha en el SIEM, en los municipios bajo estudio.

Análisis de datos y procesamiento de datos

El paso siguiente a la codificación se conoce como tabulación y puede realizarse manual y en nuestro caso electrónicamente mediante software Método de análisis prospectivo y aplicación en software Estrategia CEM® en el cual se define como primer paso el enunciado meta.

Definición del enunciado meta

En la figura No.2, se establece un primer enunciado u horizonte meta que de manera concisa establecer el objetivo a lograr, es un enunciado que detonará todo el análisis. Normalmente debe ser ambicioso y refleja grandes deseos para el objeto de transformación (empresa, institución, región, municipio, sector, entre otros).

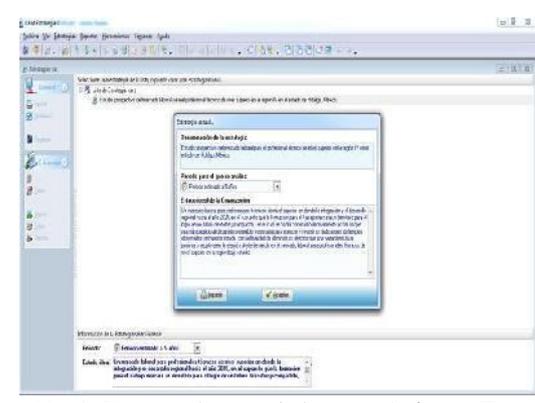


Figura No. 2. Ventana de enunciado meta. Software Estrategia CEM®, Fuente: Cervera, Medel Manuel (2015).

Identificación de variables

En la figura No. 3, se muestra como se identifican y seleccionan el conjunto de variables que integran el enunciado meta y de las cuáles depende el mismo.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

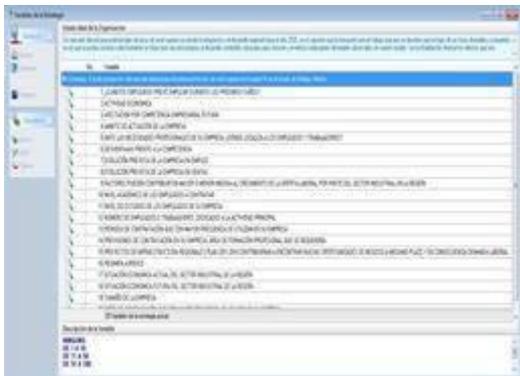


Figura No. 3. Ventana de enunciado meta. Software Estrategia CEM®, Fuente: Cervera, Medel Manuel (2015).



Figura No. 5. Ventana de enunciado meta. Software Estrategia CEM® Fuente: Cervera, Medel Manuel (2015).

Elaboración de Matriz de Impacto Cruzado

En la figura No. 4 se muestra como se analiza el futuro deseado como un sistema con elementos (variables) interrelacionados e interdependientes. Con ayuda de la matriz de impacto se establece la estructura y dinámica del mercado laboral, relacionando todos sus elementos que lo integran, para comprender tanto su situación como posible evolución.



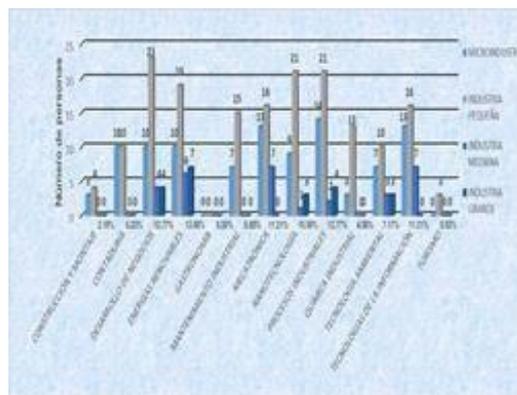
Figura No. 4. Ventana de enunciado meta. Software Estrategia CEM®, Fuente: Cervera, Medel Manuel (2015).

Diagnóstico de la situación actual

En términos del modelo de desarrollo y el análisis estructural en la figura No. 5 se muestra como se realizó una comparación del estado ideal de cada una de las variables, contra la situación actual que tienen cada una de ellas. Así se configuro un diagnóstico inicial. Dado que se compara una situación actual contra un futuro deseado a lograr en años es natural que exista una gran diferencia. Solamente es un punto de referencia para estimular la reflexión posterior.

Resultados

Revisión de resultados del análisis estructural



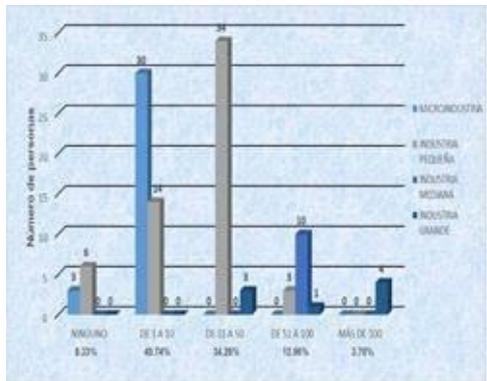
Gráfica No. 1. Tamaño de la empresa vs. Área de formación profesional requerida, Fuente: Propia.

Según el estudio labora Hays, en México existe escasas de profesionales en áreas como Ingeniería, Energía, Infraestructura y Salud; cómo podemos observar en el gráfico No. 1, el área de formación profesional con mayor demanda es energías renovables con un 13.08%, en un segundo término desarrollo de negocios y proceso industriales con un 12.77%, seguido del tecnologías de la información con un 11.21%. En el caso de energías renovables se trata de una carrera en donde uno de sus fines es el implementar nuevas formas de generación de energía para el futuro, lo cual se vuelve aceptada por la población y requerida por el sector productivo, al tratarse de carreras donde el fin del estudio es poder entender, analizar y hasta poder llegar a crear nuevas fuentes de energía renovable se establece con base en el presente estudio, como una de las carreras con mayor demanda en la región.



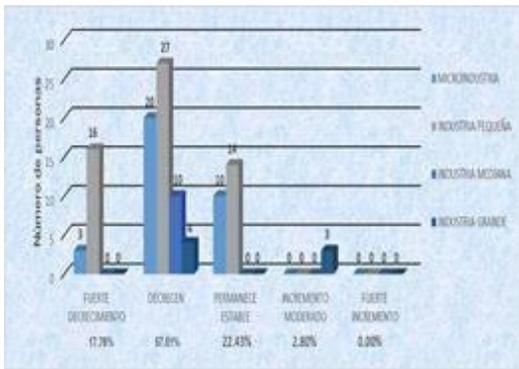
5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”



Gráfica No. 2. Tamaño de la empresa vs. Número de profesionales a contratar, Fuente: Propia.

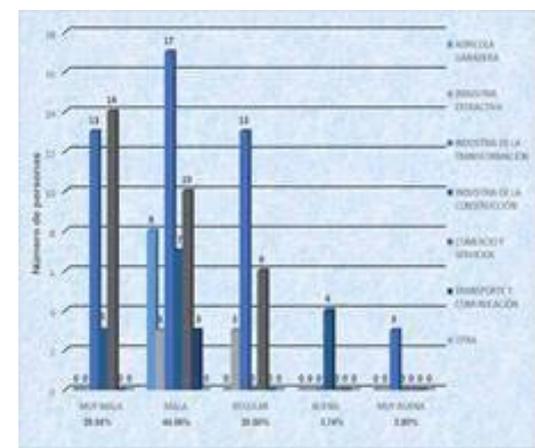
Las micro, pequeñas y medianas empresas (PYMES), constituyen la columna vertebral de la economía nacional en los últimos años debido al alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. De acuerdo con datos del INEGI en México, existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son PYMES que generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país. En comparación con los resultados obtenidos en el presente estudio, presentados en la gráfica No.2, la industria pequeña sumada a la mediana ofertan el 75% de los empleos en la región, con cifras que van desde 1 a 50 puestos de trabajo por año, concluyendo que en la región existe un 3% más de posiciones laborales ofrecidos por estos sectores, comparado con la media nacional.



Gráfica No. 3. Tamaño de la empresa vs. Evolución prevista del empleo, Fuente: Propia.

La dinámica del empleo registrado en periodo Agosto 2014 – Julio 2015, periodo en el que se llevó a cabo el presente trabajo, se ha caracterizado por una disminución en el volumen de incorporaciones de personal, en un marco donde las desvinculaciones también mostraron una

tendencia descendente. En la gráfica No.3 se muestra que el sector que manifiesta de forma mayoritaria un decrecimiento de moderado a fuerte en el empleo, en donde la pequeña empresa aporta un 43%, seguido de las medianas empresas con un 28.84% cabe aclarar que, estructuralmente el presente estudio constituye un fenómeno de alcance limitado sobre el conjunto de los trabajadores en empresas a nivel nacional, pero desde la perspectiva de la evolución del empleo formal contradice los indicadores emitidos por las instancias gubernamentales correspondientes.



Gráfica No. 4. Rama de actividad vs. Situación económica futura del sector industrial de la región, Fuente: Propia.

En la gráfica No. 4 se muestra la evolución económica por sectores, en donde podemos apreciar que en las empresa de la región un 28.04% opina que la situación económica futra será muy mala, seguida del 48.86% opina que la situación económica futura será en general mala. Al respecto podemos comentar que el crecimiento ha sido más débil de lo esperado según ajustes realizados por la Secretaria de Hacienda y Crédito Público (SHCP) al crecimiento proyectado en los próximos años, en el cual no ha habido una conexión fuerte entre crecimiento y reducción de la pobreza. La causa de esto último puede encontrarse en el mercado laboral, dado que en lo últimos años no se han creado un número suficiente de trabajos o de trabajos que paguen un salario adecuado, debido a políticas gubernamentales poco eficientes, sumado en la actualidad a los ajustes a nivel mundial en la economía.

Discusión

En términos de prospectiva, es preciso señalar que un intento de anticiparse al futuro, se debe desarrollar de una visión ambiciosa de largo plazo y del compromiso para alcanzarla, en la cual se deberá segmentar eligiendo mercados laborales particulares de como una guía, en



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

donde la formación profesional sea uno de los referentes principales en la región mediante la cual, los empleadores puedan seleccionar con mayor seguridad y garantía a sus empleados de alto rendimiento, además de permitir la toma de decisiones que ayuden a reducir la incertidumbre de lo que pueda suceder en el mercado laboral futuro en la región bajo estudio, aportando información vital que ayude a orientar y planear los escenarios futuros que sirvan de base para la generación de políticas públicas educativas y de empleo, pertinentes en el largo plazo.

Estimación del Futuro Probable (Prospección del mercado laboral)

Las políticas de fomento del empleo en el ámbito nacional se desarrollan actualmente en un marco de notable complejidad, en el que concurren actores, estrategias y actuaciones de signo muy diverso y en el que se ha prestado gradualmente una atención preferente a la dimensión territorial, que a los elementos a considerar en diseño y programación en la formación del PTNS, en la cual no sólo debe de ajustarse a las demandas del empresariado, sino al perfil del alumnado al cual está dirigida la formación, esto permitirá adaptar en mayor medida a sus situaciones específicas.

En el caso de las micro y pequeñas empresas, exponen distintas mejoras al diseño de la formación PTNS, partiendo que éstas se realizaran adaptándose a las necesidades de los diversos sectores existentes, se propone: Una formación extensa distribuida en módulos con el objeto de facilitar la cualificación y profesionalización de los PTNS.

Plazos más flexibles, mayor número de grupos de formación con distinta periodicidad para realizar la formación, ya que en muchas ocasiones, tienen que esperar demasiado tiempo para poder acceder a un nuevo nivel académico o acción formativa.

Por otro lado, respecto a la opinión obtenida de la mediana empresa se sugiere que los cursos formativos deben de estar más ajustados a las características de cada sector (Agropecuaria, Industrial, Comercio y servicios etc.). Formación eminentemente práctica (incluso la teoría debe de enfocarse desde esta perspectiva).

También coincide la perspectiva del empresariado, con la idea de que las percepciones del alumnado en proceso de formación, sean convertidas en “profesionales” de la formación, aumentando su nivel de exigencia.

Conclusiones y trabajos futuros

Una falta de conciencia sobre la relevancia que puede tener recibir formación profesional, la no disponibilidad de tiempo y la ausencia de una información adecuada sobre la

oferta y demanda laboral, son los motivos más frecuentes señalados por el empresariado, en general. No obstante, el empresariado reconoce el valor e impacto positivo que la formación puede tener en el proceso de modernización y adecuación a las tendencias del mercado laboral para la economía de la región.

Con este estudio se trata de proporcionar una herramienta útil al diseño de la formación del PTNS, tratando de aprovechar la información recopilada y utilizarla para realizar ajustes con base en las expectativas de crecimiento económico y en consecuencia de contratación de PTNS por parte de las empresas de la región. Así mismo se trata de ofrecer indicaciones no sólo sobre los programas académicos con mayor demanda, sino de hacer una lectura de las demandas implícitas en los perfiles profesionales de aquellas ocupaciones más demandadas y la programación del tiempo para su formación, sin rebasar los límites que demanda el sector bajo análisis. Por otro lado, es importante resaltar la situación de partida de las personas en formación y en búsqueda de empleo. Una amplia mayoría de las personas, combinan ambos procesos y la formación debe de ajustarse a ello, para no obligar a decidir entre una opción y otra.

Para finalizar y en congruencia con los objetivos del presente trabajo, es necesario atender a las motivaciones de los aspirantes a ingresar a los distintos programas educativos en donde la adecuación de horarios, tiempos y niveles, además de las particularidades o heterogeneidades del TSU, deberán coordinarse y planificarse. En resumen, diseñar formación “a la carta”. Esto generará dividendos en un futuro, no sólo desde el punto de vista laboral sino del alcance y del objetivo cumplido; formación motivadora y de calidad para el Profesional Técnico de Nivel Superior en la región bajo estudio.

Referencias bibliográficas

- Bas, Enric (1999). “Prospectiva; herramientas para la gestión estratégica del cambio”, pag.158, Editorial Ariel, Barcelona, España.
- Cervera, Medel Manuel (2008). “La prospectiva como herramienta Directiva”, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)- Convenio Andrés Bello, Colombia.
- Elizondo, Sara (2013). “Asciende la tasa de desempleo en el estado, según INEGI”, La crónica de hoy en Hidalgo. Recuperado de <http://www.cronicahidalgo.com/2013/04/asciendel-a-tasa-en-el-estado-dice-inegi/>
- Enciclopedia Biográfica Biografías y Vidas (2014). “Gastón Berger”. Recuperado de http://www.biografiasyvidas.com/biografia/b/berge_r_gaston.htm



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Escobar, María Cristina y González del Valle, Elisa A.

(2012). “La técnica de la Estrategia de lo deseable sus características y fundamento matemático”, Revista Denarius, UAM Iztapalapa, Área de Modelación de Sistemas para la Economía y Administración, Departamento de Economía, extraído de <http://tesiuami.uam.mx/revistasuam/denarius/incluye/getdoc.php?id=164&article=60&mode=pdf>

Godet, Michel (2000). “La Caja de Herramientas de la Prospectiva Estratégica”, Laboratoire d'Investigation Prospective et Stratégique / CNAM, Paris, Prospektiker —Instituto Europeo de Prospectiva y Estrategia, España, Cuaderno n° 5, 4ª ed.

Hays (2014). “Reporte Laboral México”, Recuperado de http://hays.com.mx/cs/groups/hays_common/@mx/@content/documents/digitalasset/hays_1145563.pdf

Instituto de Prospectiva Estratégica IPE (2014). Recuperado de <http://www.prospecti.es/ipeframe.htm>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). <http://www.inegi.org.mx/>

Jouvenel, Bertrand (1968). “El arte de prever el futuro político”, Editorial Rialp, Madrid, España. León F., Joscarr F. (2014). “Mercado, oferta y demanda laboral”, Revista Laborum, Pág. 1-2, Universidad Fermín Toro, República Bolivariana de Venezuela,

Recuperado de <http://issuu.com/joscarleon/docs/revistamercadolaboral>

López Altamirano, Alfredo y Osuna Coronado, Manuel (1976). “Introducción a la Investigación de Mercados”, págs. 124-125, Editorial Diana, México.

Ministerio del Trabajo, República de Colombia (2014). “Prospectiva Laboral”, Recuperado de <http://defilco.mintrabajo.gov.co/recursos?id=32&recurso=documento>

Ortiz, Santillán José Luis (1996). “Estado de Hidalgo: Problemas de desarrollo” Instituto Hidalguense de Educación Media Superior y Superior (IHEMSYS), Gobierno del Estado de Hidalgo, México.

Plan Nacional de desarrollo (PND), Recuperado de <http://pnd.gob.mx/>

Secretaría de Educación Pública SEP (2008). Subsecretaría de Educación Superior (SES), Coordinación General de Universidades Tecnológicas (CGUT), Recuperado de

<http://cgut.sep.gob.mx/Areas/CoordAcademica/FSUTcgut.pdf>

Secretaría de Educación Pública SEP (2015). Subsecretaría de Educación Superior (SES), Coordinación General de Universidades Tecnológicas (CGUT), Coordinación Académica, Recuperado de <http://cgut.sep.gob.mx/Areas/CoordAcademica/index.php>

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). <http://www.hacienda.gob.mx/Paginas/default.aspx>

Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM). Recuperado de <http://www.siem.gob.mx/siem/>



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Difusión de los valores de la institución (SAT)

ÁREA TEMÁTICA.

CAPITAL HUMANO EN LAS ORGANIZACIONES

NOMBRE COMPLETO DE AUTOR(ES)

Blanca Monreal Marin

Rogel Fernando Retes Mantilla

INSTITUCIÓN DE PROCEDENCIA.

TECNOLOGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COACALCO

NÚMERO(S) TELEFÓNICO(S) Y CORREO(S) ELECTRÓNICO(S).

CORREO ELECTRONICO

blanquismon@live.com.mx

TELÉFONOS

Cel. 5533316982

Casa 52690380



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Difusión de los valores de la institución (SAT)

INTRODUCCIÓN: *El presente trabajo de investigación se desarrolla para la fomentación de los valores en la institución (SAT). En donde se laboró la investigación se observa que el personal desconoce cuáles son los valores institucionales y por tal motivo no los puede apreciar y utilizarlos correctamente. La investigación de esta problemática que se observa; nos impulsó a buscar una manera de aportar a la institución una forma de dirigir adecuadamente los valores que esta tiene a su personal en todos los niveles.*

PRESENTACIÓN DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS

El Servicio de Administración Tributaria (SAT) es un órgano descentralizado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, que tiene la responsabilidad de aplicar la legislación fiscal y aduanera, con el fin de que las personas físicas y morales contribuyan proporcional y equitativamente al gasto público; de fiscalizar a los contribuyentes para que cumplan con las disposiciones tributarias y aduaneras; de facilitar e incentivar el cumplimiento voluntario, y de generar y proporcionar la información necesaria para el diseño y la evaluación de la política tributaria.

Su misión: Recaudar los recursos tributarios y aduaneros que la Ley prevé, dotando al contribuyente de las herramientas necesarias que faciliten el cumplimiento voluntario.

Su visión: Ser una institución moderna que promueva el cumplimiento voluntario de los contribuyentes a través de procesos simples.

SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

No existe una difusión correcta de los valores del Servicio de Administración Tributaria

OBJETIVO

Explicar los valores de la institución para que sean

aplicados por el personal en la misma

VARIABLES DE ESTUDIO

Los Valores
Administración
Personal
SAT

MARCO CONTEXTUAL

Revisión de la literatura en relación a la importancia que tiene la gestión del sistema de comunicación de los valores con los trabajadores de la empresa.

El concepto de valores humanos, en este sentido, alude a aquellas ideas que comparten la mayoría de las culturas respecto a lo que se considera correcto. Estos valores son los que enaltecen al ser humano: es decir, que colocan a la especie en un plano de superioridad gracias a la moral.

Un valor humano, por lo tanto, es una virtud. Aunque las costumbres y las conductas cambian con la historia, se considera que hay valores que deben (o deberían) mantenerse inalterables ya que son los que definen al hombre como especie. Los valores humanos se encargan de orientar y direccionar la acción de las personas que desean hacer lo correcto.

Por ésta razón, el proceso de gestión de identidad corporativa transmitida mediante el plan comunicacional, es de vital importancia poner en práctica todos los valores éticos trascendentales,



tanto instrumentales como finales, que según García y Dolan citados por Ferrer (2007), son los que se describen en las siguientes tablas 1 y 2:

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

| Tabla 1. Clasificación de valores Finales | Instrumentales |
|---|--|
| Atienden a objetivos existentes y dentro de estos contempla los valores personales y valores ético-sociales | Son los medios de conducta adecuados para llegar a alcanzar los valores finales o valores existenciales. Estos incluyen los valores ético -morales y los valores de competencia. |

En la tabla 2 se presenta la definición y explicación en detalle de los tipos de valores mencionados en la tabla 1.

| Tabla 2. Tipos de valor Valores | Explicación |
|---------------------------------|---|
| Finales Personales | Son aquellos a los que aspira el individuo para sí mismo y responde a la pregunta ¿Qué es para usted lo más importante en la vida? Vivir, felicidad, salud, “salvación”, familia, éxito o realización personal, tener prestigio, de-mostrar estatus, bienestar material, sabiduría, amistad, trabajo, ser respetado, demostrar valía, amor, entre otros. |
| Finales Ético-Sociales | Constituyen aspiraciones o propósitos que benefician a toda la sociedad, tales como el respeto medioambiental o el respeto a los derechos humanos. Responde a la pregunta ¿Qué quiere usted para el mundo? Paz, supervivencia ecológica del planeta, justicia social, entre otros. |
| Instrumentales Ético-Morales | Se refiere a los modos de conducta necesarios para alcanzar nuestros valores finales y no son en sí mismo fines existenciales. Responden a la pregunta ¿Cómo cree que hay que comportarse con quienes le rodean? Honestidad, educación con los de-más, sinceridad, responsabilidad, lealtad, solidaridad, confianza mutua, respeto de los derechos humanos, entre otros. |
| Instrumentales de Competencia | Son más individuales, aunque también están socialmente condicionados y no están directamente relaciones con la moralidad ni con la culpabilidad. Responden a la pregunta ¿Qué cree hay que tener para poder competir en la vida? Cultura, dinero, imaginación, lógica, buena forma física, inteligencia, belleza, capacidad de ahorro, iniciativa, pensamiento positivo, constancia, flexibilidad, vitalidad, simpatía, capacidad de trabajo en equipo, coraje, vida sana, entre otros. |

Fuente: Ferrer (2007).



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Administración por Valores

El verdadero liderazgo en una empresa, debe estar cimentado en VALORES. Este nuevo paradigma se basa en tener como máxima premisa el establecimiento y seguimiento de valores. La administración por valores ayuda a conducir los comportamientos adecuados para alcanzar los compromisos estratégicos.

Antecedentes

En la actualidad existen diversas formas de Administración, una de ellas y quizás la más revolucionaria es la Administración por valores (APV), un proceso continuo cuya finalidad es rediseñar la cultura organizacional en búsqueda del compromiso empresarial. La APV hace que todas las personas involucradas en la compañía sientan como suyos los objetivos colectivos, y que estos objetivos no solo traigan consigo cumplimiento de metas financieras, también enriquecimiento personal, intelectual y espiritual.

La Administración por Valores en las empresas está basada en aprender continuamente buscando el éxito de manera innovadora, con métodos, tácticas y estrategias que generen el beneficio tanto de los propietarios, los empleados, clientes y proveedores. Es indispensable para el desarrollo de la empresa tener una clara definición de su misión y visión, lo que significa conocer la posición, diferenciación, complejidad y procesos, dentro de la organización no puede dejar de lado expresar conceptos que orienten, guíen y sitúen las acciones cotidianas de creación de valor por parte de los empleados. De esta forma se promueven patrones de comportamiento para todos los miembros de la organización, tanto a lo interno como a lo externo. Así, los jefes se convierten en modelos con los valores que manifiestan, porque lo que realmente se busca es tener un lado más humano, con más sentimiento y pasión.

APLICACION

Dentro de la institución los valores son

- Honestidad

Los signos distintivos del personal del SAT deben ser integridad, honradez y congruencia entre lo que dice y hace.

- Respeto
Reconocer el valor y derechos de las personas.
- Compromiso
Trabajar juntos hacia resultados comunes compartiendo retos y éxitos.
- Responsabilidad Cumplir con el deber asignado, asumiendo las consecuencias.

La práctica de esta administración da su inicio como tal con el jefe o con la persona que tiene el mando de la organización, este se debe de autoevaluar para concluir si está efectuando el trio de actos de la vida, los cuales son; realizar, conectar e integrar.

Realizar: Esto es puesto que el ser humano es el que puede establecerse metas más allá de la diaria supervivencia. Es decir de manera un poco resumida y concreta que significa hacer para ser
Conectar: Esta radica en las relaciones con los demás, o estar con otros para ser, mejor dicho es ineludible e inevitable invertir en nuestra propia vida y en la vida de otras personas y compartir nuestro tiempo u nuestras capacidades en compañía de amigos de los miembros de la familia y de otras personas que nos hagan sentir adecuadamente. Integrar: Donde se define o se redefinen los propósitos o valores para luego usarlos todos los días en la vida propia y que tengan significado para sí mismos y para las personas lo cual representa que la integración cambia para ser. De otra forma es imposible continuar en el desarrollo de la Administración por Valores sin que quien se encuentre en el mando de la organización delibere sobre sus valores básicos propios y los valores básicos de la empresa y después de definir plenamente cuáles son esos valores, el que está al mando tiene que continuar considerando como demuestra o como manifiesta y refleja esos valores en el día a día con el entorno



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

y es aquí donde se demuestra que las empresas que pueden enfrentar sus negocios importantes así las demás decaigan muestran lo que es en realidad una compañía afortunada.

HALLAZGOS

Se establece que aunque la institución cuenta con ciertos valores el personal no los conoce y por lo tanto no los puede aplicar de la manera más adecuada dentro de la misma y fuera de ella.

PROPUESTAS

Para llevarla en práctica es indispensable la voluntad de creer en un conjunto convenido de valores y la diligencia continua para poner esos valores en acción.

La Administración de Valores se Aprovecha en tres movimientos:

En el manejo de personas y de organizaciones, donde se quiere hacer que todos los individuos de una compañía marchen en la misma dirección para alcanzar los objetivos de la organización, se debe saber lo difícil que es lograr una alineación, dadas las necesidades, valores y expectativas que tienen todas y cada una de estas personas, son estos valores los que alinean a las personas, los que las comprometen a trabajar para alcanzar metas comunes, los valores son el único fenómeno que se puede mover a través de un grupo de personas de tal manera que las deje alineadas.

1.- Sería entonces el proceso de aclarar la misión y los valores, aquí se comienza con lo más básico: obtener la aprobación o el consentimiento de los propietarios para iniciar el proceso de Administración Por Valores, luego decidir qué valores quieren que se impulsen en su estrategia empresarial y su orden de prioridad e igualmente definir la misión de la compañía. Es buena idea dejar que la lista circule al principio y luego volver a revisarla, se deben aclarar los valores, cuanto más sencillos sean, mejor. Deben verse como una forma de energizar la compañía y asegurar el futuro bienestar. Posteriormente se debe comprometer el equipo de alta gerencia, a partir de esto ya el

gerente coopera con ideas propias acerca de los valores dando paso entonces a que ya el equipo administrativo dé sus ideas sin que él este ya más adelante, se reúnen y se muestran, comparan discuten las ideas entre ellos para ir mas adelante a que sean los clientes y otros interesados los que den su opinión finalizando con la minimización de todo lo que todos opinaron y exteriorizar misión y valores recomendados a junta directiva y propietarios para aprobación final.

2.- La Comunicación de misión y valores. Consiste simplemente en comunicar a los empleados para que se enteren de la misión y de los valores de la empresa en forma que se ajusten a agendas reales para la empresa y para ellos mismos, llegará a ellos de tal manera que ellos integren esto a su trabajo diario por medio de mecanismos como poner afiches, convocando reuniones de lanzamiento o cosas llamativas que informen y pues lógicamente que motiven también. En esas reuniones informativas repasar los siete pasos que se habían puesto en práctica para obtener aportes de todos, no 3.- Alinear las prácticas diarias con la misión y los valores.

Se refiere a hacer corresponder las prácticas cotidianas con los valores y éstas se clasifican en: prácticas individuales, como el reconocimiento y la práctica por parte de los miembros de la comunidad, el respeto a los valores institucionales, la ética en la solución de conflictos y toma de decisiones, la práctica del liderazgo directivo; prácticas de equipo, donde se provoque el sentido de pertenencia, los valores en la dinámica y la etapa de formación del equipo de trabajo; prácticas institucionales que muestren las creencias, la sensibilidad social, el reglamento de convivencia, la motivación, la resolución de conflictos y la participación de los padres de familia.

CONCLUSIONES

Toda institución y sus líderes deben estar sustentados “en valores que permitan regular” y lograr un equilibrio interno al ser ejemplo de trabajo, no con discursos sino con acciones. La



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

organización basada en valores implica compromiso con el trabajo y que cada persona que se encuentra dentro de la institución debe hacer lo que le corresponde, tendiendo una visión de ayudar y cooperar con la consecución de las metas. Para alcanzar el éxito, todos deben cooperar y estar siempre dispuestos al cambio, si se detectan debilidades es inherente convertirlas en fortalezas para alcanzar las metas planteadas.

BIBLIOGRAFIA

- Clehorn, L. 2005. Gestión Ética para una Organización Competitiva. Sociedad de San Pablo. Primera Edición. Colombia.
- Ferrer J. 2007. Filosofía y Ética Gerencial. Estudios a Distancia – EAD. Universidad Rafael Beloso Chacín. Maracaibo. Venezuela.
- Garrido, F. 2004. Comunicación Estratégica. Editorial Gestión. Barcelona. España.
- Romero, M. 2008. Gerencia de la Comunicación e Imagen Corporativa. Universidad Beloso Chacín. Venezuela
- Romero, M. 2000. Programa de Comunicación Integral como Estrategia Gerencial para los Directores de Escuela. Trabajo de grado. Barquisimeto. Venezuela
- Serna, H. 2000. La Gestión Empresarial. Legis. Fondo Editorial. Colombia.
- Scheinsohn, D. 2001. Comunicación Estratégica. Management y Fundamentos de la Imagen Corporativa. Ediciones Macchi. Buenos Aires. Argentina



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La realidad comunicacional en las Pymes de la Industria Metalmeccánica del Estado de Hidalgo y su influencia en el Clima Organizacional

ÁREA TEMÁTICA:

CAPÍTULO 2 CAPITAL HUMANO EN LAS ORGANIZACIONES

NOMBRE DEL AUTOR:

DR. Enrique Martínez Muñoz

enriquemarvar@yahoo.com.mx Tel: 04 771 2023990

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO
INSTITUTO DE CIENCIAS BASICAS E INGENIERÍAS**

NOMBRE DE LOS COAUTORES:

DR. Tirso Javier Hernández Gracia

explorerall@hotmail.com Tel: 771 220 3853

DR. Edgar Martínez Torres

edgaral10@hotmail.com. Tel: 771 266 84 09

**INSTITUTO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
CAMPUS LA CONCEPCIÓN,
LIBRAMIENTO A LA CONCEPCIÓN, KM. 2.5,
SAN JUAN TILCUAUTLA, MUNICIPIO DE
SAN AGUSTIN TLAXIACA HGO; C.P. 42160
TELÉFONO 01 (771) 717-2000 EXT. 4141**



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La realidad comunicacional en las Pymes de la Industria Metalmeccánica del Estado de Hidalgo y su influencia en el Clima Organizacional

Resumen: En la actualidad la importancia de las organizaciones sigue imperando y trastoca no solo la vida de las personas en lo particular sino también está presente en toda la sociedad como elemento transformador y agente de cambio en el que destacan los espacios físicos, las tecnologías de información y comunicación, lo que hace que las organizaciones se convierten en espacios formales e informales de relaciones interpersonales donde los grupos e individuos tienen potencialidades que implican aspectos de participación, creación y recreación; que son aspectos fundamentales en la vida organizacional.

Entender a la comunicación, como oportunidad de encuentro con el otro, plantea una amplia gama de posibilidades de interacción en el ámbito social, porque es allí donde tiene su razón de ser, ya que a través de ella, las personas logran el entendimiento, la coordinación y la cooperación que posibilitan el crecimiento y desarrollo de las organizaciones. Ahora bien, la presente investigación está enfocada a la pequeña empresa industrial específicamente de la industria metalmeccánica en el Estado de Hidalgo.

Es este paper se presenta un estudio de la comunicacional organizacional y su influencia en el clima organizacional de las Pymes de la industria metalmeccánica del Estado de Hidalgo que nos permitirá conocer y medir los diversos factores que influyen de manera global en la vida organizacional de las pequeñas empresas industriales.

Abstract: Today the importance of organizations continues to prevail and subverts not only the lives of people in particular, but is also present in society as a transforming element and change agent in highlighting the physical spaces, information technologies and communication, making organizations become formal and informal spaces of interpersonal relationships where groups and individuals have potential involving aspects of participation, creation and recreation; which they are fundamental aspects of organizational life.

Understanding communication as an opportunity to meet the other, it presents a wide range of possibilities for interaction in the social ambit, because it is there where its rationale, because through it, people achieve understanding, coordination and cooperation that enable the growth and development of organizations. However, this research is focused on the small industrial company specifically for the metalworking industry in the state of Hidalgo.

It is this paper a study of organizational communication and its influence on the organizational climate of Pymes in the metalworking industry in the State of Hidalgo will allow us to identify and measure the various factors that influence globally in organizational life of small presents industrial enterprises.

Palabras claves: Comunicación Organizacional, Liderazgo, Clima Organizacional, Pequeñas Empresas Industriales. organización y los cambios que ocurren dentro de ella”.

Introducción

La comunicación cuando se aplica en las organizaciones es denominada comunicación organizacional. Esta comunicación se da naturalmente en toda la organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño y en consecuencia no es posible imaginar una organización sin comunicación. Bajo esta perspectiva, la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio (Fernández, 2012).

Según (Kreps, 1995), la comunicación organizacional “es el proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su

Es por ello que la comunicación organizacional constituye el pilar fundamental para la comunicación de conductas y la conformación de procesos organizacionales enfocados al cliente, tanto externo como interno y las Pymes, no son ajenas a este proceso en lo absoluto.

El clima organizacional es un tema de gran importancia hoy en día para todas las organizaciones, las cuales buscan un continuo mejoramiento del ambiente de su organización, para así alcanzar un aumento de productividad y un mejor desempeño organizacional; sin perder de vista el recurso humano.

Es por ello que durante mucho tiempo se han realizado numerosos intentos para descubrir la naturaleza y calidad del clima organizacional y liderazgo en diversas



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

organizaciones, dichos esfuerzos han sido realizados por las grandes empresas, en todo el mundo.

La conceptualización sobre el clima organizacional, se refiere al ambiente de trabajo propio de la organización. Dicho ambiente ejerce influencia directa en la conducta y el comportamiento de sus miembros. En este contexto es pertinente señalar que el clima organizacional determina la forma en que el trabajador percibe su trabajo, su rendimiento, su productividad, sus pares, sus jefes y satisfacción (Brunet, 2011).

Es por ello que el clima organizacional puede ser visto como el representante total del sistema social generado por el trabajo en grupo. Desde dicha óptica el ambiente laboral que se vive en el interior de la empresa acusa gran parte de su funcionamiento relacional, influye tanto en las percepciones, como en el comportamiento y satisfacción de sus miembros.

En este contexto el clima organizacional puede ser vínculo u obstáculo para el buen desempeño de la organización, puede ser un factor de distinción e influencia en el comportamiento de quienes la integran. En suma, es la expresión personal de la "opinión" que los trabajadores y directivos se forman de la organización a la que pertenecen. Ello incluye el sentimiento que el empleado se forma de su cercanía o distanciamiento con respecto a su jefe, a sus colaboradores y compañeros de trabajo.

Para medir el clima organizacional se ha identificado en la literatura el desarrollo de un gran número de instrumentos de medición, entre los que se pueden mencionar se encuentra el elaborado por Mellado (2004), Brown y Leigh (1996) entre otros. Estos autores consideran diferentes dimensiones del clima laboral.

Por otra parte el liderazgo, se puede concebir como un proceso de influencia interpersonal y grupal dirigido a través de la comunicación para el logro de los diferentes objetivos y metas, Tal como lo expone (Corona, 2002), quién estable que se puede definir a un líder como alguien que guía a los demás hacia una determinada dirección bajo ciertos principios, valores, conductas, estado de ánimo y sobre todo, con determinado estado de conciencia que invariablemente repercutirán en todo lo que se dice y hace.

Por otra parte (Chiavenato, 2004) lo define como un intento de influencia interpersonal, dirigido a través del proceso de comunicación, al logro de una o varias metas. También es importante señalar que el liderazgo es definido comunicacionalmente como un proceso de influencia interpersonal y grupal dirigido a través de la comunicación para el logro de los diferentes objetivos y metas.

Ahora bien, la presente investigación está enfocada a la pequeña empresa industrial específicamente de la industria metalmeccánica en el Estado de Hidalgo.

En la mayoría de los países, las pequeñas empresas se clasifican, agrupan y analizan junto con las medianas empresas. De ahí surge la tan extendida denominación de pequeñas y medianas empresas (Pymes).

En concreto, las pequeñas empresas representan un componente importante de la realidad productiva latinoamericana y mundial. De ahí la importancia de analizar los estilos de liderazgo que inciden de manera directa en el comportamiento de las pequeñas empresas de la industria metalmeccánica del Estado de Hidalgo.

Esta relación se torna relevante, sobretodo en el caso de la pequeña empresa, donde se consolida el rol de líder que el jefe asume al ser propietario y en algunos casos su mismo fundador, adjudicándose una múltiple responsabilidad.

El resto de éste *paper* está organizado de la siguiente manera. En la Sección 1 una Introducción, en la Sección 2 se muestra trabajos previos. La Sección 3 describe la metodología utilizada. Los Resultados se encuentra en la Sección 4, y las discusiones está en la Sección 5 y en la Sección 6 se encuentran las conclusiones y trabajos futuros.

Teoría del dominio y trabajos previos

La comunicación es un tema que ha estado de moda, sobre todo en la primera década de este siglo XXI, ha transformado el mundo entero, es por ello que la comunicación ha jugado un papel fundamental en la vida de los seres humanos, por lo que siempre ha estado presente en el progreso de la civilización.

La comunicación cuando se aplica en las organizaciones es denominada comunicación organizacional. Esta comunicación se da naturalmente en toda la organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño y en consecuencia no es posible imaginar una organización sin comunicación. Bajo esta perspectiva, la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio, (Fernández, 2012). La comunicación organizacional “es el proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella”. (Kreps, 1995).

La comunicación organizacional se entiende también como un 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



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

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 con sus objetivos. Estas técnicas y actividades deben partir idealmente de la investigación, ya que a través de ella se conocerán los problemas, necesidades y áreas de oportunidad en materia de comunicación, (Fernández, 2012).

Los límites de la organización varían con el transcurrir del tiempo, pero siempre habrá una frontera definida que distinga a sus miembros de quienes no lo son (Del Pulgar, 1999), pues una organización es siempre especializada y se define por su contenido, en nuestro caso por su tamaño y estructura. Los miembros, por el mero hecho de pertenecer a una organización determinada, establecen vínculos a través de los cuales tienden a identificarse o no con los objetivos fijados por su propia entidad social.

Por lo tanto los superiores como los subordinados cumplen el rol de emisores y receptores mediante modelos circulares, al menos en la teoría. El emisor inicial, cuando recibe la información de retorno, ya que está en la nueva situación que le llevara a una nueva posición de emisión.

Quizás por eso parece factor del modelo en espiral, muchas veces utilizado para indicar una constante de cualquier acto de comunicación y el cambio continuo acumulativo implícito en cualquier proceso de comunicación (Mcquail, 1984).

Es necesario mencionar que, con excesiva frecuencia, los máximos jefes de las empresas se han empeñado en obtener la colaboración pasiva y repetitiva de sus empleados, pero poco se han preocupado por conocer las ideas que estas personas pueden adoptar y percibir. Por su parte los trabajadores suelen dar su opinión incluso ser objeto de la mayor parte de las investigaciones sobre el funcionamiento de sus ambientes laborales, sin tener en cuenta la opinión de la contraparte.

Es precisamente el hecho de que en las organizaciones los individuos definen y regulan su conducta según unas pautas comunicativas, premeditadas o no, del cual se deriva la necesidad de coordinar tales modelos o al menos profundizar su análisis.

Desde su origen, el hombre se agrupa en comunidades que, para su subsistencia, han debido tomar decisiones, coordinar esfuerzos y llevar a cabo acciones enfocadas hacia el progreso y bienestar común.

Hablar de liderazgo es referirse a un concepto cuya práctica ha sido objeto de muchas investigaciones, que abarcan desde el perfil que los líderes han desarrollado y adoptado a lo largo del tiempo, hasta la identificación de

los elementos o circunstancias que los generan y mantienen al frente de grupos sociales.

Según los hallazgos de Mellado (2004), la estructura formal que define a la pequeña empresa industrial y la diferencia de otro tipo de unidades productivas, hace que el tipo de liderazgo de su jefe/dueño se transforme en el factor organizacional interno que más influye en la calidad comunicativa de la misma. Su posición dentro del esquema organizativo lo enlaza directamente con todos los integrantes del sistema, siendo un pilar decisivo en el desarrollo de las relaciones sociales existentes y en la consecución de los resultados comunicativos dentro del ambiente de trabajo.

A efectos de la pequeña empresa y desde la perspectiva del rol del líder, las fuentes del significado que interesa analizar son aquéllas que se relacionan con la influencia descendente, mientras que desde el enfoque del rol de subordinado, se habla de la influencia ascendente cuando se comunican con su superior, y horizontal (o comunicación entre pares) cuando la comunicación fluye entre homólogos.

En otras palabras, se considera al jefe en cuanto éste se dirige hacia aquéllos que son formalmente sus subordinados, mientras que consideramos a los subordinados en cuanto se relacionan con su jefe o con sus compañeros de trabajo generando significados.

Desde esta óptica, Schein (1988), es tajante que los líderes que deseen cambiar la cultura o el ambiente de su organización necesitan ante todo conocer cuáles son estos significados, pues de lo contrario, será muy difícil que se produzca un necesario proceso de continua y permanentemente renovación de los valores y estrategias.

Para Brunet (2011), el concepto de clima organizacional fue introducido en el ámbito de la psicología industrial por S. W. Gellerman en 1960. Sin embargo, los primeros antecedentes sobre el estudio del clima se remontan a Lewin (1936), quien utilizó el término “espacio de vida” como un medio para explicar las reacciones motivacionales y afectivas de los individuos al cambio.

Asimismo, Lewin, Lippitt y White (1939), con su concepto de “los climas sociales” iniciaron los estudios sobre los ambientes laborales. A partir de entonces, las percepciones de los empleados sobre el clima interno de trabajo han recibido una atención significativa en la literatura de la organización y se han usado para predecir una considerable cantidad de variables importantes relativas al desempeño y los resultados, tanto individuales como grupales y colectivos.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Una premisa inicial de la teoría y la investigación en el área del clima organizacional fue que los ambientes sociales pueden ser caracterizados por un número limitado de dimensiones. Por ejemplo, Campbell, Dunnette, Lawler y Weick (1970) identifican cuatro dimensiones comunes a la mayoría de los estudios de clima: Autonomía individual, grado de estructura impuesta a la situación, orientación a las recompensas, y consideración y apoyo. James y sus colegas (James y McIntyre, 1996; James y Sells, 1981) describen cuatro dimensiones que señalaron a través de distintos contextos de trabajo: (1) Estrés del rol y falta de armonía; (2) reto del trabajo y autonomía; (3) facilidades y soporte del liderazgo y (4) cooperación del equipo de trabajo (que abarca amigabilidad de éste y calidez). James y Jones (1974) han sugerido que los individuos desarrollan una percepción global u holística de su ambiente de trabajo, que puede ser aplicada a cualquier número de contextos e industrias.

Claudia Mellado Ruiz (2004), desarrollo un instrumento de medición IMCOL (Instrumento de Medición de Clima Organizacional y Liderazgo). Que mide la calidad del clima organizacional, la percepción del tipo de liderazgo del jefe, la incidencia de este tipo de liderazgo en la percepción del clima organizacional por parte de los miembros de una empresa, y el estado de los canales de comunicación empleados en ambos procesos, así como diferentes variables que pueden condicionar dichas percepciones.

Una conclusión a la que han llegado investigaciones precedentes (Mellado, 2005, 2004; Brunet, 2011; Crane, 1981; Falcione, 1988), es que la mayor parte de las personas considera que disfruta de un entorno laboral de alto nivel cuando siente que contribuye al éxito de su organización de una manera significativa. El simple hecho de cumplir con su trabajo es con frecuencia insuficiente, si su labor no les permite influir en las decisiones que les afectan.

Por esta razón, los objetivos que se mueven al interior de las empresas exigen la implicación personal del hombre y no la mera aportación de su tiempo de trabajo como mercancía, lo cual supone la necesidad humana de participar activamente en lo que es propio para lograr satisfacción y motivación.

En el sentido de explorar el potencial analítico de un marco teórico inspirado en la idea de que las pequeñas empresas pueden estudiarse como sistemas de comunicación, y que, al hacerlo así, lo que se está analizando es el conjunto de intercambios informativos que fluyen a través de las redes que se originan en su interior, ya que las actividades de comunicación permean toda la actividad organizacional y encontramos entonces que tienen alcances, límites,

objetivos, pertinencia la efectividad de los mensajes y las interacciones entre los actores organizacionales, bajo ópticas institucionales.

Metodología

El presente estudio comprende las pequeñas y medianas empresas (Pymes) de la industria metalmecánica en el Estado de Hidalgo, específicamente las ubicadas territorialmente en la parte central del Estado, con el propósito analizar los procesos comunicativos que ocurren hacia el interior de las mismas y explicar cuál es la respuesta humana a los fenómenos como el ambiente laboral, el uso y desuso de las vías de comunicación y las formas de configuración social que se generan dentro de estas pequeñas empresas.

En función de los objetivos e hipótesis establecidas se llevó a cabo una investigación empírica de carácter no experimental con una sola intervención en la muestra, conducida a través de la utilización de un cuestionario multifactorial (IMCOL) Instrumento de medición de clima organizacional y liderazgo, desarrollado por (Mellado, 2005). Creado para estos efectos, el cual mide conjuntamente el estilo de liderazgo y el clima organizacional de este tipo de organizaciones a través de diversas dimensiones comunicativas que los describen.

El cuestionario que se aplicó está dividido en dos apartados: en la primera parte se solicita información de carácter demográfica, como edad, sexo, años de antigüedad en la empresa, tipo de trabajo, estado civil y escolaridad, con el objeto de conocer al grupo de trabajadores estudiado y saber si estos indicadores influyen o marcan diferencias significativas en las mediciones.

La segunda parte contiene un cuestionario de 48 preguntas de puntuación positiva, utilizado para la recolección de datos acerca de la percepción del clima laboral de la empresa por parte de sus miembros, del cual doce afirmaciones se relacionan y miden, además del clima, la percepción del tipo de liderazgo del jefe.

En el estudio participaron 102 trabajadores y 112 jefes casi homogéneamente repartidos en las cinco empresas más representativas de la región centro y sur del estado de Hidalgo.

Los Factores que miden la comunicación organizacional y su influencia en el clima organizacional.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

1. Percepción de la comunicación jefe/trabajadores, en términos de la empatía y apertura que percibe el subordinado de parte del superior.
2. Percepción de la calidad y exactitud de la comunicación descendente (del jefe a los trabajadores).
3. Percepción de la comunicación ascendente, particularmente los aspectos empáticos y afectivos de esa relación.
4. Percepción de las oportunidades de influir en el jefe.
5. Percepción de la confiabilidad de la información recibida desde el jefe.
6. Percepción de la confiabilidad de la información recibida desde los compañeros de trabajo.
7. Percepción de la comunicación entre subordinados (nivel de efectividad, apoyo, compañerismo y apertura).

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Soltero | 32 | 27.8 | 27.8 | 27.8 |
| | Casado | 79 | 68.7 | 68.7 | 96.5 |
| | Separado/Divorciado | 4 | 3.5 | 3.5 | 100.0 |
| | Total | 115 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Elaboración propia obtenida mediante SPSS

En la tabla No. 2 el 73.5%, representan edades de entre 18 y 33 años, lo que indica que la mayoría del personal contratado en las Pymes de la industria metalmeccánica son personas jóvenes.

Tabla No. 2 “Edad Trabajador”

El cuestionario aporta una medida de cuatro estilos de liderazgo que puede adoptar el jefe, cada uno de los cuales se compone a partir de dos dimensiones de conducta. En base a ello, los dos sub-factores del instrumento que medirán simultáneamente el liderazgo del jefe son:

1. Nivel de intercambio de información
2. Nivel de participación en la toma de decisiones

Confiabilidad y validez del instrumento de medición.

Toda medición o instrumento de medición de recolección de datos debe reunir dos requisitos fundamentales, como son la confiabilidad y validez.

Para comprobar la existencia de una alta coherencia interna entre los valores del IMCOL, se aplicó el test de confiabilidad de cada una de las dimensiones que lo componen, obteniéndose en cada factor un promedio de 0.86, según el Alpha de Cronbach. Los cuales fueron sometidos a un análisis factorial confirmatorio, que se realizó a través del paquete estadístico SPSS Ver. 15.

Resultados

Los resultados de las encuestas, se observan en la tabla No. 1 que el 82.4% de la población total de los trabajadores son del género masculino, mientras que el restante 17.6% corresponde al género femenino. Tabla No. 1 “Género Trabajador”

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 18 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| | 34 | 13.6 | 12.7 | 13.7 |
| | 35 | 1 | 5.9 | 19.6 |
| | 36 | 9 | 1.0 | 20.6 |
| | 37 | 3 | 8.8 | 29.4 |
| | 21 | 3 | 1.0 | 32.4 |
| | 22 | 2 | 8.8 | 35.3 |
| | 23 | 14.5 | 2.9 | 37.3 |
| | 24 | 5 | 2.9 | 51.0 |
| | 25 | 2 | 2.9 | 55.9 |
| | 26 | 7 | 4.9 | 60.8 |
| | 27 | 2 | 4.9 | 62.7 |
| | 28 | 1 | 2.0 | 69.6 |
| | 28 | 1 | 6.9 | 71.6 |
| | 31 | 1 | 13.7 | 72.5 |
| | 32 | 1 | 2.0 | 73.5 |
| | 32 | 2 | 4.9 | 75.5 |
| | 33 | 2 | 1.0 | 77.5 |
| | 34 | 4 | 2.0 | 81.4 |
| | 35 | 1 | 3.9 | 82.4 |
| | 36 | 2 | 4.92.0 | 84.3 |
| | 37 | 2 | 1.0 | 86.3 |
| | 38 | 3 | 6.9 | 89.2 |
| | 39 | 2 | 2.0 | 91.2 |
| | 42 | 1 | 1.0 | 92.2 |
| | 43 | 1 | 2.0 | 93.1 |
| | 45 | 3 | 1.0 | 96.1 |
| | 46 | 1 | 3.9 | 97.1 |
| | 48 | 1 | 2.9 | 98.0 |
| | 48 | 1 | 1.0 | 99.0 |
| | 50 | 1 | 2.0 | 99.0 |
| | 56 | 1.102 | 2.9 | 100.0 |
| | 59 | 1 | 1.0 | |
| | 68 | 1 | 1.0 | |
| Total | | 2.9 | 1.0 | |
| | | 1.0 | 1.0 | |
| | | 1.0 | 1.0 | |
| | | 1.0 | 1.0 | |
| | | 1.0 | 100.0 | |

Fuente: Elaboración propia obtenida mediante SPSS

En la Tabla No. 3 Es importante destacar que el 43.1% de la población total de los trabajadores tiene secundaria completa, un 15.7% bachillerato incompleto, un (12.7%) tiene primaria completa.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Tabla No. 3 “Escolaridad Trabajador”

| Válidos | | Frecuencia | | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | | |
| | Primaria completa | 13 | 12.7 | 12.7 | 12.7 |
| | Primaria incompleta | 4 | 3.9 | 3.9 | 16.7 |
| | Secundaria completa | 44 | 43.1 | 43.1 | 59.8 |
| | Secundaria incompleta | 13 | 12.7 | 12.7 | 72.5 |
| | Bachillerato completo | 12 | 11.8 | 11.8 | 84.3 |
| | Bachillerato incompleto Total | 16 | 15.7 | 15.7 | 100.0 |
| | | 102 | | 100.0 | |

Fuente: Elaboración propia obtenida mediante SPSS

En la Tabla No. 4 Referente a la antigüedad del trabajador el 57% de la población total de los trabajadores tiene una antigüedad de 1 a 2 años, mientras que el 18,6% tienen una antigüedad de 7 a 8 años, percibiendo con esto que los trabajadores generan poca antigüedad en la pequeña empresa industrial.

Tabla No. 4 “Antigüedad Trabajador”

| Válidos | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | | Porcentaje acumulado |
|---------|------------|------------|-------------------|------------|----------------------|
| | | | Porcentaje | Porcentaje | |
| | 1-2 años | 59 | 57.8 | 57.8 | 57.8 |
| | 3-4 | 10 | | 9.8 | 67.6 |
| | 5-6 | 3 | 9.82.9 | 2.9 | 70.6 |
| | 7-8 | 19 | | 18.6 | 89.2 |
| | 9-10 | 8 | 18.6 | 7.8 | 97.1 |
| | 11-12 | 3 | 7.8 | 2.9 | 100.0 |
| | Total | 102 | 2.9 | 100.0 | |
| | | | 100.0 | | |

Fuente: Elaboración propia obtenida mediante SPSS

En cuanto al clima organizacional que perciben los trabajadores:

Con base a los resultado obtenidos en la Tabla No. 5 se observa un clima organizacional cuyo resultado es de 92.95 puntos, indica que “ES POBRE”, lo cual es el resultado del cálculo escalar de la siete dimensiones que se consideran la realidad comunicativa de las empresas de la industria metalmeccánica del Estado de Hidalgo.

En cuanto a la dimensión Percepción de la comunicación jefe/trabajadores, en términos de la empatía a apertura que percibe el subordinado de parte de superior se encuentra un valor del 18.64 que indica que “Es pobre”.

Y el valor resultante de la Percepción de la comunicación entre subordinados (nivel de afectividad, apoyo compañerismo y apertura), es de 17.35, lo que representa un resultado de “MEDIA”, esto debido a la

percepción del trabajador que valora el desempeño de sus compañeros de trabajo y acepta a todos integrantes de la organización tal y como son.

Tabla No. 5 “Percepción del clima laboral por los trabajadores, considerando las dimensiones comunicacionales”

| FACTORES | DIMENSIONES | Estadísticas descriptivas | | | | PERCEPCIÓN DEL CLIMA CLIMA POBRE 92.95 |
|----------|--|---------------------------|---------|------|---------------------|---|
| | | Media | Mediana | Moda | Desviación Estándar | |
| E1 | Percepción de la comunicación jefe/trabajadores | 18.64 | 18.00 | 17 | 2.26 | 18.64 POBRE |
| E2 | Percepción de la calidad y exactitud de la comunicación descendente | 11.80 | 12 | 13 | 2.64 | 11.80 BAJA |
| E3 | Percepción de la comunicación ascendente, particularmente los aspectos empáticos y afectivos de esa relación | 12.59 | 13 | 13 | 2.43 | 12.59 POBRE |
| E4 | Percepción de las oportunidades de influir en el jefe | 8.93 | 9 | 9 | 1.21 | 8.93 POBRE |
| E5 | Percepción de la confiabilidad de la información recibida desde el jefe | 14.47 | 15 | 14 | 2.92 | 14.47 MEDIA |
| E6 | Percepción de la confiabilidad de la información recibida desde los compañeros de trabajo | 9.16 | 9.50 | 10 | 2.06 | 9.16 MEDIA |
| E7 | Percepción de la comunicación entre subordinados | 17.35 | 18 | 18 | 2.04 | 17.35 REGULAR |

Fuente: Elaboración propia obtenida mediante SPSS

Referente a los Subfactores que miden el liderazgo percibido por los trabajadores:

Los resultados obtenidos como se indican en la tabla No. 6 que los trabajadores perciben un estilo de liderazgo autócrata, esto en base al resultado de 17.27, derivado de la percepción del trabajador hacia el jefe, en este contexto el jefe no debería consistir sólo circunscribirse en



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

coordinar y dirigir actividades, sino verdaderamente influir en la conducta de sus seguidores y de ser a su vez influenciado por ellos, sin olvidar que es lo que se quiere lograr y hacia donde se va.

En valor obtenido del factor Nivel de Intercambio de información, es de 8 lo que representa un resultado “BAJO”, debido a la percepción de trabajador respecto a su jefe, de que no da libertad de hablar con el jefe, pocas oportunidades de opinar sobre los asuntos que no funcionan en el trabajo, y la poca tolerancia a las discusiones que el jefe impone.

En cuanto al Nivel de participación en la toma de decisiones. Se obtiene 9.27, lo que representa un resultado “BAJO”, debido a la percepción de trabajador respecto a su jefe, de que no escucha y no considera todos los puntos de vista, las opiniones de los trabajadores no influyen en las decisiones del trabajo y les permiten poca o nula participación en la planificación del trabajo.

Tabla No. 6 “Percepción del estilo de liderazgo trabajadores”

| FACTORES | DIMENSIONES | Estadísticas descriptivas | | | | Percepción Liderazgo |
|----------|---|---------------------------|---------|------|---------------------|------------------------|
| | | Media | Mediana | Moda | Desviación Estándar | Autócrata 17.27 |
| L1 | Nivel de participación en la toma de decisiones | 8.37 | 8 | 8 | .6051 | 8 BAJO |
| L2 | Nivel de intercambio de información | 9.27 | 9 | 9 | 1.07 | 9.27 BAJO |

Fuente: Elaboración propia obtenida mediante SPSS

En cuanto al clima organizacional que perciben los jefes es la siguiente:

Con base a los resultados obtenidos en la tabla No. 7 respecto a la medición del clima organizacional, de cómo lo perciben los jefes, es de 165.56 puntos, lo cual indica que es un “BUEN CLIMA”, dicho resultado en con base al cálculo de las siete dimensiones de la realidad comunicativa de la industria metalmecánica en el Estado de Hidalgo.

Los resultados obtenidos en la Percepción de la confiabilidad de la información recibida desde los compañeros de trabajo, es “ALTA”, con una puntuación de 13.17, probablemente este acontecimiento se da entre los mismos altos mandos, ya que se ha observado una notable separación e incomunicación entre jefes y trabajadores. Respecto a la Percepción de la comunicación entre subordinados, los jefes la perciben como “REGULAR”, con un puntaje de 18.37, coincidiendo con los trabajadores, observando aceptación entre compañeros.

Tabla No. 7 “Percepción del clima laboral por los Jefes, considerando las dimensiones comunicacionales”

| FACTORES | DIMENSIONES | Estadísticas descriptivas | | | | PERCEPCIÓN DEL CLIMA |
|----------|---|---------------------------|----------|-------|---------------------|--------------------------|
| | | Media | Media na | Moda | Desviación Estándar | BUEN CLIMA 165.56 |
| E1 | Percepción de la comunicación jefe/trabajadores | 44.17 | 44.00 | 47.00 | 5.23 | 44.17 BUENA |
| E2 | Percepción de la calidad y exactitud de la comunicación descendente | 21.28 | 21.00 | 24.00 | 6.08 | 21.82 BUENA |
| E3 | Percepción de la comunicación ascendente, particularment e los aspectos empáticos y afectivos de esa relación | 24.99 | 25.00 | 25.00 | 4.17 | 24.99 BUENA |
| E4 | Percepción de las oportunidades de influir en el jefe | 21.01 | 21.00 | 22.00 | 2.80 | 21.01 BUENA |
| E5 | Percepción de la confiabilidad de la información recibida desde el jefe | 22.00 | 22.00 | 22.00 | 3.84 | 22.00 ALTA |
| E6 | Percepción de la confiabilidad de la información recibida desde los compañeros de trabajo | 13.17 | 14.00 | 14.00 | 3.03 | 13.17 ALTA |
| E7 | Percepción de la comunicación entre subordinados | 18.37 | 18.00 | 16.00 | 4.66 | 18.37 REGULAR |

Fuente: Elaboración propia obtenida mediante SPSS



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Referente a los Subfactores que miden el liderazgo percibido por los jefes:

Los resultados obtenidos como se indican en la tabla No. 8 que los jefes perciben un estilo de liderazgo autócrata, esto con base al resultado de 18.20, derivado de la percepción del jefe hacia el trabajador, en este contexto el jefe se considera que lo más importante es coordinar y dirigir actividades, y no interactuar más allá de la relación jefe-trabajador.

El valor obtenido del factor Nivel de participación en la toma de decisiones, es de 5.5 lo que representa un resultado “BAJO”, debido a la percepción del jefe respecto a su trabajador de otorgarle pocas oportunidades de opinar sobre los asuntos que no funcionan en el trabajo, y la poca tolerancia a las discusiones que el jefe impone.

En valor obtenido del factor Nivel de Intercambio de información, es de 12.70 lo que representa un resultado “BAJO”, debido a la percepción del jefe respecto a su trabajador, al no considerara un factor importante el otorgara la libertad al trabajador de hablar con el jefe.

las pequeñas empresas de la industria metalmecánica en el Estado de Hidalgo, indican una tendencia al negativismo en cuanto a la realidad del clima organizacional; contrastando con la percepción de los jefes en donde esta aumenta y tiende a lo positivo.

- IV. La forma en que se desarrolla la actividad comunicativa al interior de estas pequeñas empresas de la industria metalmecánica en el Estado de Hidalgo, no aprovecha las posibilidades que les brinda la estructura centralizada y poco compleja que poseen para utilizar eficazmente los canales de interacción existentes.
- V. Esto conlleva la imposibilidad de generar retroalimentación eficaz y demuestra un desconocimiento de las necesidades y preocupaciones de todos, generando un bloqueo general del sistema, que complica la socialización de los sujetos y reforzando las opiniones negativas de los mismos sobre los procesos organizacionales de los que forman parte.

Tabla No. 8 “Percepción del estilo de liderazgo Jefes”

| FACTORES | DIMENSIONES | Estadísticas descriptivas | | | | Percepción Liderazgo |
|----------|---|---------------------------|---------|-------|---------------------|----------------------|
| | | Media | Mediana | Moda | Desviación Estándar | Autócrata 18.20 |
| L1 | Nivel de participación en la toma de decisiones | 29.57 | 30.00 | 30.00 | 4.08 | 5.5 Bajo |
| L2 | Nivel de intercambio de información | 14.08 | 14.00 | 15.00 | 2.08 | 12.70 Bajo |

Fuente: Elaboración propia obtenida mediante SPSS

Discusión

- I. La percepción laboral de las pequeñas empresas de la industria metalmecánica en el Estado de Hidalgo, se ven perjudicadas por la falta de comunicación entre los miembros que las integran.
- II. La estructura de estas empresas hacen que el tipo de liderazgo de los jefes sea un factor importante que influye en la calidad comunicativa.
- III. A nivel general, la realidad comunicativa, percibido por los trabajadores subordinados de

Conclusiones y trabajos futuros

La finalidad de conocer la realidad comunicativa en las Pymes de la Industria Metalmecánica en el Estado de Hidalgo, en la percepción laboral por parte de los jefes y de los trabajadores, así como diferentes variables que pueden condicionar dichas percepciones, con el propósito de analizar los procesos comunicativos que ocurren hacia el interior de las mismas y explicar cuál es la respuesta humana a los fenómenos como el ambiente laboral, se logró al estudiar con detenimiento las relaciones que estadísticamente se obtuvieron a través del análisis de datos y al captar en forma personal los comentarios e inquietudes de los trabajadores al momento de realizar el estudio de campo.

Es importante subrayar que los números estadísticos son fríos y que muchas veces no reflejan con toda claridad la parte cualitativa donde se ubican las emociones, los pensamientos, las costumbres y las formas de vida de las organizaciones en la práctica. A continuación se establecen las contribuciones del estudio resultados del trabajo de investigación realizado.

En la presente investigación se han analizado interesantes datos, con respecto al clima organizacional que se percibe en las Pymes de la industria metal mecánica en el Estado de Hidalgo, es por ello que se recomienda la



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

implementación de medidas a través de la participación individual, colectiva y organizacional.

Sin embargo no hay que perder de vista que en las pequeñas empresas los gerentes o jefes en su mayoría tienen experiencia y conocimientos en la fabricación, venta de productos, muchos de estos hombres y mujeres han recibido su formación principalmente a través de la práctica o en la educación gerencial tradicional, no cuentan con estudios de gestión de recursos humanos, comunicación, liderazgo entre otros, es por ello que el cambio deseado debe de ser paulatino, constante, pero lo más importante hay que iniciar.

Con base a los resultados obtenidos en la presente investigación y a su posible utilización en la práctica organizativa, es posible plantear un estudio longitudinal que evalúe la evolución de la pequeña empresa una vez implementadas las diversas estrategias de intervención.

La implantación de determinadas estrategias deberán ser a través de una participación integral en toda la organización, que permita conocer el origen del problema, a través de un diagnóstico situacional del fenómeno, donde se denoten las causas fundamentales del problema y proporcionar la información a los directivos y gerentes, a efecto de difundir los resultados y contar con su participación, para adoptar las medidas necesarias para evaluar el fenómeno y darle seguimiento.

Los resultados obtenidos de la presente investigación permite **Conocer** la realidad comunicativa en las pequeñas empresas de la industria metalmecánica del Estado de Hidalgo, pero lo verdaderamente trascendente es **Aprender y Multiplicar el conocimiento** para responder a los nuevas exigencias de la sociedad moderna, de dejar de ser lo que se es, para buscar ser lo necesario y es justamente el conocimiento lo que permitirá tener una ventaja competitiva en el quehacer funcional de estas importantes empresas industriales, que día a día luchan por la supervivencia laboral.

De **comprender, compartir y difundir una visión de cambio**, hacia una nueva forma de gestión, de incorporar la eficacia, eficiencia y economía como principios básicos, de impulsar la competencia como factor fundamental de cambio en la búsqueda incesante de la permanencia y crecimiento laboral de las pequeñas y medianas empresas de la industria metalmecánica del Estado de Hidalgo.

Referencias bibliográficas

A. P. y James, L. R. (1979). *Psychological climate: dimensions and relationships of individual and aggregated work environment perceptions.*

Organizational Behavior and Human Performance, 23, 201–250.

Brown, S. P., y Leigh, T.W. (1996). A new look at psychological climate and its relationship to job involvement, effort, and performance. *Journal of Applied Psychology*, 81, 358–368.

Brunet, L. (2011). *El clima de trabajo en las organizaciones.* (Quinta Ed.). México: Ed. Trillas.

Campbell, J. P., Dunnette, M. D., Lawler, E. E. y Weick, K. E. (1970). *Managerial behavior, performance, and effectiveness.* New York, NY, EE. UU.: McGraw Hill.

Campbell, J.P., Dunnette, M.D. Lawler E.E. y Weick K.E. (1970) *Managerial behaviour, performance, and effectiveness* New York: McGraw-Hill.

Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la Teoría General de la Administración*, (Séptima Ed.), México: McGraw Hill.

Corona, J. (2002). *Dirigir en el S. XXI*, (2da. Ed.), México: McGraw Hill.

Crane, J. D. (1981). *The measurement of organizational climate.* Thesis Doctoral, Univ. of Houston.

Davis, K. y Newstrom, J. W. (2003). *Comportamiento humano en el trabajo.* (Décimo Ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.

Del Pulgar Rodríguez, L. (1999). *Comunicación de la empresa en entornos turbulentos* (1ra. Ed.) España: ESIC Editorial.

Falcione, R. L. (1988). *Subordinate satisfaction as a function of communication climate and perception of immediate supervision.* Paper presentado en Annual Convention of the Eastern Communication Association.

Fernández Collado, C. (2012). *La Comunicación en las organizaciones* (3era. Ed.). México:Trillas.

James, L. R. y Jones, A. P. (1974). *Organizational climate: a review of theory and research.* *Psychological Bulletin*, 81, 1096–1112.

James, L. R. y McIntyre, M. D. (1996). *Perceptions of organizational climate.* En K. Murphy (Ed.), *Individual differences and behavior in organizations*, (416–450). San Francisco, CA., EE. UU.: Jossey-Bass.

James, L. R. y Sells, S. B. (1981). *Psychological climate: theoretical perspectives and empirical research.* En D. Magnusson (Ed.). *Toward a psychology of situations: An interactional perspective* (pp. 275–295). Hillsdale, NJ., EE. UU.: Erlbaum, Jones,

Kreps G. L. (1995). *La Comunicación en las Organizaciones* (1ra. Ed.) España: Addison -Wesley Iberoamericana. 1995.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

- Lewin, K; Lippit, R & White, R. K (1939). *Patterns of aggressive behavior in experimental created social climates*, Journal of Social Psychology, 10 pp 271-299
- Martínez García F. (2008). *Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (Estado de Hidalgo)*. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
- Martínez, L. (2004). *¿Qué es el clima organizacional?*
Recuperado <http://www.razonypalabra.org.mx>.
- Mcquail, D, & Windhal, S. (1984). *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva* (1ra. Ed.) España: EUNSA.
- Mellado Ruiz C. (2005); *Revista Latina de Comunicación Social*, número 59, La Laguna Recuperado <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200508mellado.pdf>
- Mellado Ruiz, C (2005). *Clima y Liderazgo en la pequeña empresa industrial: comunicación interna y realidad organizacional*. Recuperado: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiguos/n43/cmellado.html> Ediciones
- Mellado Ruiz, C. & Díaz, M. (2000). *Tipo de liderazgo y su incidencia en el clima organizacional. Un estudio de caso: Textil Riady Alevy, Chile. (Tesis de Maestría)*. Universidad de Chile
- Mellado Ruiz, C. (2004). *Repercusiones del proceso comunicativo en la configuración del clima organizacional y el liderazgo de las pequeñas empresas industriales. (Tesis Doctoral)*, Universidad Pontificia de Salamanca (no publicada).
- Mellado Ruiz, C. (2005). *Gestión de la Comunicación Interna en la Pequeña Empresa Industrial: un Análisis de los Procesos Organizacionales* (1ra. Ed.) México: McGraw-Hill Interamericana.
- Robbins, S. P. (2004). *Comportamiento organizacional*. (Décima Ed.). México: Pearson/Prentice Hall.
- Schein, E. (1988). *La cultura empresarial y el liderazgo, una visión dinámica*, Barcelona: Plaza & Janes Editores S.A.
- Schein, E. (2000). *Sense and nonsense about culture and climate*. En N. M. Ashkanasy, C. P. M. Wilderom y M. F. Peterson (Eds.), *Handbook of organizational culture and climate*. Thousand Oaks, CA, EE. UU.: Sage.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La percepción de la calidad de vida laboral desde la perspectiva de género

Área temática:

Capital Humano en las organizaciones

Nombre completo de autor(es)

Hugo Manuel López Hernández

Georgina Lizárraga Salazar

Abelardo M. Domínguez Hernández

Grupo de Investigación:

Desarrollo del capital

Institución:

Universidad de Occidente

Unidad Mazatlán

01(669)9867520 al 22

humalohe@hotmail.com

goguil2002@hotmail.com

boicoton@hotmail.com



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La percepción de la calidad de vida laboral desde la perspectiva de género

Resumen: En este documento, se busca analizar la percepción de la calidad de vida laboral (CVL) entre el hombre y la mujer en las organizaciones. Para llevarlo a cabo, se seleccionaron aleatoriamente organizaciones de la Ciudad de Mazatlán Sinaloa, aplicando el instrumento validado CVT-GOHISALO para Identificar las dimensiones de la CVL y cuál de ellas tiene mayor incidencia desde el género. Se establece el basamento conceptual necesario conformado a través del devenir de acciones específicas para identificar las principales determinantes inherentes de la calidad de vida laboral y el género, describiendo y comprendiendo los ambientes de aplicación de los diversos modelos existentes a efecto de estructurar propuestas de intervención adecuadas a los diversos contextos posibles.

Es fundamental aportar elementos que permitan profundizar en el conocimiento de los factores, variables o dimensiones de la calidad de vida laboral desde la perspectiva de género como fenómenos organizacionales para mejorar sustancialmente el desarrollo organizacional. La comprensión plena de estas variables permite tomar decisiones y diseñar estrategias con perspectivas de mayor eficacia en la función de las relaciones en la organización, así como a la generación de estrategias de gestión alineadas al desarrollo regional, nacional e internacional. Cabe destacar que existen pocos estudios sobre la calidad de vida laboral desde la perspectiva de género.

Abstract: The main point of this document is to analyze the perception of quality in the labor life (CVL) between a man and a woman inside the organizations. To carry it out, some organizations in Mazatlan City were chosen in random, applying the validated instrument CVT-GOHISALO to identify the dimensions of CVL and to find out which one of them has a bigger impact as of the gender. It is established the necessary conceptual basis made up through the evolution of specific actions to identify the main inherent determinants of life labor quality and gender, describing and understanding the applying environments of the different existing models in order to structure intervention proposals adequated to the possible contexts.

It is fundamental to provide elements that allow to go deeper into the knowledge of factors, variables, or dimensions of the quality in labor life as of gender, seen as some organizational phenomena to substantially improve the organizational development. The deep comprehension of these variables allow to take decisions and design strategies with more efficient perspectives in the function of organization relationships, as well as the creation of the strategies on management allined to the regional, national and international development.

It should be noted that it does not exist enough research about the quality in the labor life as of the perspective of gender.

Palabras claves: calidad de vida laboral, género, y organizaciones.

Introducción

El aspecto humano en la empresa es uno de los contenidos más tratados por los estudiosos del tema a tratar, tradicionalmente se ha analizado de manera separada o como una variable interviniente las condiciones y/o ambientes necesarios para la productividad, olvidándose de las interrelaciones organizacionales que se presentan al conducir las estrategias empresariales desde una perspectiva de género que condescienden dimensiones diversas de la calidad de vida laboral.

En Mazatlán, como en todo México, las organizaciones representan una parte muy importante de la actividad económica, muchas de ellas buscan incrementar su desarrollo del talento humano como opción de supervivencia ante las agresivas condiciones de mercado vigentes. La organización productiva se asume desde el concepto de empresa como el espacio y relaciones donde se desarrollan procesos de producción y comercialización

de satisfactores que generan y maximizan ganancias. Las condiciones intrínsecas para tal efecto son la productividad, la competitividad y la rentabilidad. Esta tríada requerida es insoluble y a su vez secuencial, su óptimo indiscutible sólo puede lograrse al contener una armonía racional, relacional y cultural en el ámbito interno organizacional que permita su extrapolación al entorno del mercado a través de la valoración objetiva del producto ofrecido.

Esa armonía en mención es la motivante para analizar en esta investigación las implicaciones trascendentes de la calidad de vida laboral, sus impactos relacionales, su tipificación ideal, los contrastes y dinámica interactiva, desde una perspectiva coherente, lógica y práctica sobre el hombre y la mujer. El análisis debe partir de los componentes mismos de la empresa, las verdaderas dimensiones de competitividad se encuentran dentro de los propios elementos constitutivos y relacionales; su accionar o mantener en estado latente depende del nivel de conocimiento y creatividad en la estructuración de



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

funcionamiento óptimo, gestión y retroalimentación misma de la visión organizativa del servicio. Podemos definir la calidad de vida laboral (CVL) como “un concepto multidimensional que se integra cuando el trabajador, a través del empleo y bajo su propia percepción. Los seres humanos estamos en constantes cambios económicos, políticos, sociales y ambientales, que determinan la forma de relacionarnos con la sociedad y las formas de vivir, reconociendo el deterioro de la Calidad de Vida (CV) como individuos y como miembros de una sociedad.

La CV se asocia con condiciones objetivas y subjetivas; la primera se encuentran en el entorno de las personas, y las segundas emanan de las expectativas y percepciones de los sujetos; pero también se ven afectadas por las relaciones de género que se presentan en los diferentes contextos (Fadda & Jirón, 2001).

El cambio de las percepciones, las actitudes y la conducta del hombre y la mujer constituye una condición necesaria para el logro de la colaboración armoniosa entre hombres y mujeres. El hombre desempeña un papel clave en el logro de la igualdad para los sexos, puesto que, en la mayoría de las sociedades, ejerce un poder preponderante en casi todas las esferas de la vida.

En este sentido, la presente investigación pretende analizar las dimensiones la CVL desde el instrumento CVT GOHISALO y su percepción con el género en las empresas seleccionadas que repercuten directa e indirectamente en el contexto laboral. Con ello obtendremos un mayor conocimiento de los efectos que propician las condiciones de vida laboral en empresas. Finalmente, comprender el contexto y la problemática relacionada con la calidad de vida Laboral desde la perspectiva de género de manera teórica y empírica deberá aportar elementos de análisis de los diversos factores organizacionales y humanos vinculantes y detonantes de procesos que pueden favorecer un mejor posicionamiento de las organizaciones.

En este documento encontrarán algunas conceptualizaciones de las variables estudiadas, así como modelos teóricos que se han desarrollado en otras investigaciones, revisando la metodología que se aplicó para analizar los contrastes en los resultados y las discusiones de los mismos, para llegar a una conclusión.

Teoría y estudios previos

La preocupación por la CVL surgió inicialmente en el mundo académico, en los trabajos del instituto Tavistock de Londres (1974), que evolucionaron desde un enfoque socio psicológico hacia el socio técnico, los cuales son considerados precursores de este movimiento. Sin

embargo, el interés por el tema ya estaba presente en movimientos sociales de los años 30 con el derecho de los trabajadores y la protección de hombres y mujeres; en los años 50 a través de las relaciones humanas, el enfoque socio técnico, así como en los años 60 con la dirección democrática, el enriquecimiento del puesto y la participación en el trabajo (Visauta, 1983, Gonzales, et al., 1996).

El análisis de género es la síntesis entre la teoría de género y la llamada perspectiva de género derivada de la concepción feminista del mundo y de la vida. Esta perspectiva se estructura a partir de la ética y conduce a una filosofía *posthumanista*, por su crítica de la concepción androcéntrica de humanidad que dejó fuera a la mitad del género humano: a las mujeres. Y, a pesar de existir en el mundo patriarcal, las mujeres han sido realmente existentes.

La perspectiva de género tiene como uno de sus fines contribuir a la construcción subjetiva y social de una nueva configuración a partir de la resignificación de la historia, la sociedad, la cultura y la política desde las mujeres y con las mujeres. Esta perspectiva reconoce la diversidad de géneros y la existencia de las mujeres y los hombres, como un principio esencial en la construcción de una humanidad diversa y democrática. Sin embargo, plantea que la dominación de género produce la opresión de género y ambas obstaculizan esa posibilidad. Una humanidad diversa democrática requiere que mujeres y hombres seamos diferentes de quienes hemos sido, para ser reconocidos en la diversidad y vivir en la democracia genérica.

Un estudio que realizaron González R. et. (2015), se buscó establecer la relación entre el género y la evaluación de la Calidad de Vida Laboral (CVL) en profesionales de salud. Para llevarlo a cabo, se seleccionaron aleatoriamente 322 personas en una institución de salud en Guadalajara, México. La satisfacción con su CVL se evaluó mediante el instrumento validado CVT-GOHISALO. Se evidenció la insatisfacción de las mujeres ante la desigualdad de oportunidades. Además, las mujeres del estudio demostraron con significancia estadística que se encuentran más satisfechas que los varones en el desarrollo personal que han logrado a través de su trabajo y en la administración de su tiempo libre.

En un estudio realizado por Fadda y Jirón (2001) se miden las diferencias de género en la percepción de la calidad de vida en general, encontrándose que las mujeres tienen una peor evaluación de los servicios deportivos, de salud y



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

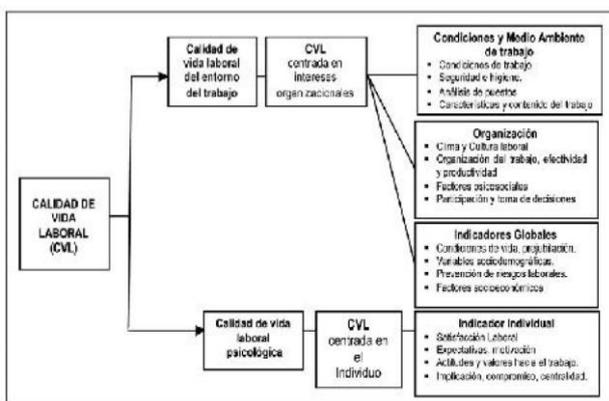
“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

recreación, lo que se relaciona directamente con la responsabilidad que se les asigna en el cuidado de la salud de sus hijos.

En el acceso al esparcimiento, las mujeres también otorgaron menor calificación que los varones, ya que la cantidad de tiempo libre disponible es sensiblemente menor, pues tienen la responsabilidad del cuidado familiar, muchas veces desarrollan también trabajo informal y, cuando les queda tiempo libre, las alternativas son pocas y no resultan compatibles con las otras actividades que desempeñan.

En general, las mujeres tienen una percepción más negativa que los varones y los autores concluyen que esto se debe a los roles asignados y las limitaciones que dichos roles confieren a las mujeres.

Para explicar de una forma más clara el concepto de calidad de vida laboral y lo que implica su análisis, se muestra a continuación un esquema de la calidad de vida laboral elaborado por Chiang y Krausse (2009). En el que se explica que la CVL se puede centrar en intereses organizacionales y lo centrado en el individuo.



La calidad de vida laboral se pretende estudiar desde el entorno de trabajo que tiene como fin el trabajo con los intereses organizacionales para alcanzar una calidad de vida, abordar la organización como un sistema y subsistema, objeto de análisis marco derivando la calidad de una organización estable en función de sus procesos. Por otra parte la perspectiva de calidad de vida laboral psicológica (CVL – psicológico) el objeto de análisis y estudio es el trabajador y los escenarios o situaciones en los que forma parte e influye de forma bidireccional con el sistema participando activamente con su rol de empleado. Es por ello que a continuación se presenta el siguiente

esquema de las principales perspectivas de la calidad de vida.

| Perspectiva de la CVL | Nivel de análisis | Foco de interés | Aspectos relevantes | Objetivo general |
|-----------------------|-------------------|-----------------|--|--|
| Psicología | Micro | Trabajador | Subjetividad individual | Bienestar y Salud del trabajador |
| Entorno de trabajo | Macro | Organización | Condiciones y medio ambientes de trabajo | Productividad y efectividad de la organizacional |

La calidad de vida en el trabajo se puede considerar como una filosofía, un conjunto de creencias y valores que integran todos los esfuerzos dirigidos a incrementar la productividad y mejorar la moral de los trabajadores de la organización, haciendo énfasis en el reconocimiento de la dignidad del ser humano, así como su potencial intelectual, buscando incrementar la participación de las personas en el trabajo bajo un esquema continuo.

De aquí se puede concluir que el ambiente laboral en el cual se desarrollan los trabajadores constituye un elemento fundamental donde se espera que la dirección tenga una relación más significativa con los trabajadores y una comunicación más estrecha para asegurar el éxito de los diferentes grupos de trabajo generándose una auténtica calidad de vida. La calidad de vida en el trabajo es el medio para coadyuvar a las transformaciones de las actuales organizaciones a fin de solucionar los problemas que se suscitan en el ambiente de trabajo y su incidencia en el trabajador.

La calidad de vida laboral hace referencia a una óptima existencia en el trabajo y su contexto la organización; a la vitalidad laboral entendida como plenitud vital; supervivencia como un vivir superando la adversidad de la precariedad laboral característica histórica del trabajo.

La calidad de vida laboral se refiere a la calidad de la relación ser humano-trabajo; esto implica que los aspectos positivos y negativos de ambos están presentes en las afectaciones que puede sufrir el ser humano y las perturbaciones que el trabajo puede sufrir por efecto de una inadecuada vida laboral de los sujetos.

Trabajos como los de Ibáñez Pascual (1999), Agulló Tomás (1998), Amezcua y Pichardo (2000), Padilla (2002) y Patton y McMahon (2006) ponen de manifiesto algunos datos de interés sobre las carreras profesionales, en los que se detecta la existencia de sesgos relativos al género, marcando diferencias entre las habilidades y competencias de la carrera femenina y masculina.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Las mujeres, en general, presentan unas carreras profesionales más infra-desarrolladas que las de los varones, al estar afectadas, no sólo por factores externos (socio-laborales) sino también por las propias autolimitaciones y factores psicológicos.

Muestran carreras profesionales más irregulares que los varones, más lentas, más meditadas y asumiendo menores riesgos en las decisiones. Si bien la presencia femenina en el mercado de trabajo ha crecido en las últimas décadas a un ritmo mayor que la masculina, en la etapa vital que corresponde a un alto desarrollo profesional y laboral (de los 25 a los 40 años), las mujeres están infra-representadas.

La falta de linealidad en su carrera, suele estar determinada por las elecciones que se ven obligadas a realizar en algunos momentos de su desarrollo vital y por la dificultad para articular diversos roles.

En la planificación de sus proyectos profesionales suelen incluir el reto de la doble carrera y de los conflictos de rol a la hora de afrontar el reemplazo, integrando sus expectativas de éxito/fracaso y una valoración anticipatoria del impacto familiar.

La incidencia en los seres humanos de las modificaciones que el trabajo y las organizaciones han sufrido se refleja en afectaciones biológicas, psicológicas y sociales. En el trabajo se manifiesta como perturbaciones del trabajo en relación con los niveles de eficiencia y productividad, evidenciados en las posibilidades reales de competitividad.

Así también se han abierto nuevas posibilidades para los seres humanos con los nuevos desafíos que las nuevas formas de trabajar demanda a las personas. El desarrollo tecnológico y los cambios organizacionales presionan la emergencia de nuevas condiciones laborales. El desarrollo de competencias y del propio talento de las personas son los desafíos para las personas en sus trabajos en contexto de riesgo e incertidumbre propios de la condición humana y además derivados del modelo de mercado vigente.

En la calidad de vida del hombre y la mujer hay una serie de factores que generan satisfacción y motivación, afectando de manera directa al sujeto y su percepción que pueden traducirse en patologías individuales y deterioros empresariales o en crecimientos personales y desarrollo institucional.

Metodología

El diseño metodológico que se utilizó es Ex Pos Facto Transversal Descriptivo, se usó una muestra de 200 empleados, 100 fueron de género masculino y 100 del femenino, con rangos de edad que oscilan entre los 22 a 35 años de edad del género masculino y de 20 a 31 años de género femenino (ver tabla 1).

La participación de los trabajadores fue voluntaria y anónima. La aplicación del cuestionario fue personal, con grupos de apoyo para aclarar dudas y sin control de tiempo. Todos los sujetos recibieron los cuestionarios y uno de los miembros del grupo de apoyo les explicaba los objetivos y los criterios para responder.

El instrumento que se utilizó para esta investigación es el cuestionario CVT GOHISALO consta de 74 ítems los cuales representan indicadores que se agrupan en siete dimensiones que son:

1) Soporte institucional para el trabajo:

Se define como los elementos del puestos de trabajo que son aportados por la institución como estructura que da forma y soporta el empleo, agrupando sus indicadores en las subdimensiones de procesos de trabajo, supervisión laboral, apoyo a los superiores, evaluación del trabajo y oportunidades de promoción.

2) Seguridad en el trabajo:

Son la características del empleo que se relacionan con las condicionen que brindan al trabajador firmeza en su relación con la institución e incluye subdimensiones; la satisfacción por la forma en que están diseñados los procedimientos de trabajo, ingresos o salarios, los insumos para la realización del trabajo, los derechos contractuales de los trabajadores y el crecimiento de sus capacidades individuales a través de la capacitación.

3) Integración al puesto de trabajo:

Es la inserción del trabajador en su puesto de trabajo, incluye las subdimensiones siguientes: pertinencia, motivación y ambiente de trabajo.

4) Satisfacción por el trabajo:

Se entiende por la sensación de agrado o gusto que tiene el trabajador en cuanto a su empleo, incluye las subdimensiones; dedicación al trabajo, orgullo por la institución, participación en el trabajo, autonomía (habilidades), reconocimiento y autovaloración.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

5) Bienestar logrado a través del trabajo:

Es el estado mental o psicológico de satisfacción de necesidades relacionadas con la manera de vivir, es decir el sentirse satisfecho de los bienes y riquezas que ha logrado gracias a su trabajo. Subdimensiones: identificación con la organización, beneficios del trabajo del ocupado por otros, satisfacción por la vivienda, evaluación de la salud general y en nutrición.

6) Desarrollo personal del trabajador:

Aspectos personales relacionados con su actividad laboral, se valora a través de las siguientes subdimensiones: logros, expectativas de mejora y seguridad personal.

7) Administración del tiempo libre:

Disfruta la vida fuera de las actividades laborales. Evaluando las siguientes subdimensiones: planificación del tiempo libre, equilibrio entre trabajo y vida laboral. Los resultados del análisis de confiabilidad para el instrumento CVT GOHISALO se obtuvieron, en general y para sus dimensiones por separado, mediante el paquete estadístico SPSS-15 para Windows y se muestran fluctuando el índice Alpha de Cronbach de 0.64 a 0.93, lo que indica que el instrumento tiene una adecuada confiabilidad para obtener la medición del constructo (González et. al 2009).

| Validez relevante del cuestionario CVT-GOHISALO. | |
|--|-------------------|
| Dimensión | Validez Relevante |
| 1 | 0.78389 |
| 2 | 0.66569 |
| 3 | 0.67183 |
| 4 | 0.67262 |
| 5 | 0.58539 |
| 6 | 0.67566 |
| 7 | 0.64538 |
| VALIDEZ TOTAL 0.6777 | |

Fuente: Análisis de los datos en SPSS.

Tabla 1: Datos Sociodemográficos

| Variable | Hombres | Mujeres |
|--------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Sexo | 100 | 100 |
| Edad Predominante | 22 años a 35 años | 20 a los 31 años |
| Escolaridad predominante | Preparatoria y licenciatura | Preparatoria y licenciatura |

| Edo. Civil predominante | Casado | soltero |
|-------------------------|--------|---------|
|-------------------------|--------|---------|

Fuente: Elaboración Propia. **Resultados**

En la investigación se presentan resultados preliminares (ver tabla 2), de las dimensiones que arroja el instrumento CVT GOHISALO desde la percepción del hombre y la mujer.

Soporte institucional para el trabajo:

El hombre y la mujer en esta dimensión perciben sus actividades o tareas claras, acorde a sus puestos de trabajo, estando dispuestas a innovar, a tomar decisiones ante retos que se presenten en sus áreas de trabajo, teniendo un alto sentido de pertenencia a la organización. Consideran tener un buen apoyo de sus superiores por el trabajo que se realiza, retroalimentándose positivamente entre sus propios compañeros y a la vez promoviendo los valores. Es importante señalar que perciben que su actividad laboral les permite alcanzar promociones dentro la empresa para tener un mayor crecimiento.

Seguridad en el trabajo:

Las percepciones del hombre y la mujer indican que se sienten que el trabajo les ofrece los medios económicos y sociales para cubrir sus necesidades y las de sus seres queridos, por lo que están satisfechos con el cumplimiento de los derechos contractuales y la seguridad social que les ofrece la organización. Perciben una buena capacitación para seguir en el puesto y obtener una carrera en la organización.

Integración al puesto del trabajo:

En esta dimensión los trabajadores se sienten motivados para superar retos que se les presente en su empresa, y están dispuestos a dirigir actividades que se le asignen, ya que presentan capacidades para crear ambientes de trabajo satisfactorios.

Satisfacción por el trabajo:

En esta dimensión se observa que se perciben comprometidos con la misión de la organización, mediante la dedicación exclusiva a sus funciones, invirtiendo de manera individual en su preparación para cumplir con los objetivos, mostrando los aspectos positivos del trabajo.

Bienestar logrado a través del trabajo:



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Se perciben satisfechos con el progreso personal, social y económico que han obtenido por su trabajo, considerándose ser útiles en la sociedad, sintiéndose capacitados física y mentalmente para contribuir en la organización.

Desarrollo personal del trabajador:

La percepción que se tiene en esta dimensión es que los trabajadores están logrando sus metas, transmitiendo a los demás su entusiasmo, alegría y bienestar; sus metas son claras y alcanzables.

Administración del tiempo libre:

En esta dimensión es donde se encuentra la diferencia, ya que la mujer le impacta desfavorablemente en su actividad recreativa y social, debido a sus responsabilidades que se adquieren en el hogar.

hogar o compromisos que asume dentro de su ambiente social. Por ello el trabajo es considerado algo importante en la vida de los seres humanos dentro de la sociedad moderna, asociados con la creación de riqueza por medio del trabajo. En contraste, el tiempo libre ha sido contemplado como área subordinada de la vida que juega un papel secundario frente a las relaciones de producción. La calidad de vida laboral se relaciona mucho en este marco, ya que algunos estudios contemplan que el tiempo libre como experiencia individual en el marco familiar y social, debe de apropiarse de espacios privados de lo íntimo, lo personal, y lo familiar.

La cultura femenina, en cambio, supone que la mujer debe adaptarse y equilibrar los tiempos domésticos con los del trabajo, lo que no quiere decir que la flexibilidad en el tiempo que ella maneja en su vida diaria le facilite el acceso a más tiempos libres.

En ambos persiste el grado de fragmentación del tiempo que se introdujo durante la mecanización industrial, desconocida en las precedentes sociedades industriales. La mirada de género ofrecerá la posibilidad de explorar no sólo las áreas diferentes y opuestas, sino las afines y complementarias que hombres y mujeres urbanos experimentan en relación con su tiempo libre dentro de su CVL.

Esta investigación coincide con lo que dice Fadda y Jirón que las mujeres se encuentran menos satisfechas que los hombres con respecto al tiempo libre en actividades de esparcimiento, debido a cierta responsabilidad materna o cuidados de personas.

Tabla 2: Resultados Preliminares.

| Dimensiones | P=T | Sexo |
|--|-----|--------|
| Soporte Institucional para el trabajo | 70 | Hombre |
| | 65 | Mujer |
| Seguridad en el trabajo. | 65 | Hombre |
| | 65 | Mujer |
| Integración al puesto del trabajo | 65 | Hombre |
| | 70 | Mujer |
| Satisfacción por el trabajo | 65 | Hombre |
| | 70 | Mujer |
| Bienestar logrado a través del trabajo | 65 | Hombre |
| | 70 | Mujer |
| Desarrollo Personal | 70 | Hombre |
| | 65 | Mujer |
| Administración del tiempo libre | 70 | Hombre |
| | 35 | Mujer |

Fuente: Elaboración Propia. **Discusión**

Realizando un análisis de los resultados preliminares de la investigación, con otros contextos similares nos indica que la mujer se encuentra menos satisfecha en lo que respecta su administración del tiempo libre, debido a las tareas del

Conclusiones y trabajos futuros

El índice de calidad de vida laboral esperado entre el hombre y la mujer en las organizaciones de acuerdo a esta investigación, es que el sexo femenino tiene un nulo espacio de distracción social, reflejándose en tensiones emocionales que puedan impactar en su estabilidad emocional.

Cuando se habla del ser humano y sus partes emocionales o sociales influyen factores que se relacionan en su contexto psicológico, influyendo en ello sus relaciones interpersonales.

La perspectiva de género complementa los conceptos de CV y de CVL, con base en la identificación de las diferencias en las relaciones de género, necesidades, roles, acceso, capacidad de toma de decisiones y los derechos



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

sobre bienes y servicios que inciden en la percepción y la satisfacción de los seres humanos (Fadda & Jirón, 2001). Con respecto a esto la percepción del hombre y la mujer existe cierta desigualdad e insatisfacción por parte de la mujer principalmente en esas necesidades que cada ser humano necesitamos para desarrollarnos socialmente y poder tener satisfacción y salud.

Observando las dimensiones estudiadas y en base al esquema de la calidad de vida laboral, se infiere que las condiciones que percibe la mujer y el hombre se encuentran satisfechos en la inserción al trabajo así como su desarrollo personal. Esta percepción muestra una tendencia hacia las respuestas positivas sobre factores que se relacionan con la actitud hacia el trabajo, la relación con los compañeros de trabajo, la satisfacción laboral y los factores psicosociales. La calidad de vida laboral está supeditada a la existencia de numerosos factores, algunos de los cuáles se evalúan en el presente estudio.

Dentro de las variables más significativas de la calidad de vida laboral, se puede señalar el de la satisfacción dentro de la empresa la cual está relacionada con el agrado por el trabajo, el sentimiento que le genera su realización, las condiciones salariales, entre otros, y que en la investigación realizada se evalúan en términos favorables por los empleados encuestados.

Así también se han abierto nuevas posibilidades para los seres humanos con los nuevos desafíos que las nuevas formas de trabajar demanda a las personas. El desarrollo tecnológico y los cambios organizacionales presionan la emergencia de nuevas condiciones laborales.

El desarrollo de competencias y del propio talento de las personas son los desafíos para las personas en sus trabajos en contexto de riesgo e incertidumbre propios de la condición humana y además derivados del modelo de mercado vigente.

En el mismo orden de ideas de la relación ser humano trabajo, la relación ser humano sociedad se ve afectada por la influencia económica y cultural del trabajo y las organizaciones y por los cambios que estos han experimentado como fruto de las reformas neoliberales.

Es evidente el deterioro de la calidad de la salud y la educación; el número de desempleados; la delincuencia política y la violencia común. Podría decirse que la calidad de vida de las personas y de la sociedad en general se está

viendo afectada por el modelo de desarrollo centrado prioritariamente en lo económico.

En la calidad de vida laboral hay una serie de factores que generan satisfacción y motivación, afectando de manera directa al hombre y la mujer, mostrando percepción que pueden traducirse en patologías individuales y deterioros empresariales o en crecimientos personales y desarrollo institucional.

Desde niños nos proyectamos al trabajo como la columna vertebral de la vida humana. Con el mantenemos nuestras familias, las cuales se convierten en el principal motivo de nuestra existencia. Mantener el trabajo con el que se provee la satisfacción de las necesidades familiares imbrica la relación ser humano trabajo al plano social.

La promoción de la igualdad de género y la CVL es una tarea de carácter transversal, que cruza todos los sectores de intervención para el desarrollo y todos los campos técnicos, y forma parte de ellos. El tener en cuenta su condición e intereses específicos constituye no sólo un imperativo moral, sino también una necesidad práctica que se transforma en una tarea concreta no para las mujeres, sino para todos los agentes involucrados en el proceso de desarrollo de una organización y una sociedad.

Una política de igualdad de oportunidades y trato en la formación y en el empleo no sólo es una cuestión de justicia social sino que es un factor de desarrollo económico y social y se halla estrechamente vinculada a una adecuada gestión de los recursos humanos, desde que conduce a una valorización y optimización de las potencialidades y posibilidades de todo el capital humano (hombres y mujeres) que, en último término incrementará la competitividad de las empresas y del país.

El tema de calidad de vida laboral desde la perspectiva de género, es poco estudiado y complejo, ya que la percepción del ser humano entra dentro de la subjetividad, esto debido a la heterogeneidad y pluralidad de temas que se vinculan al análisis micro del trabajo donde se manifiesta la salud y el bienestar del trabajador. Por ello hay elementos para continuar con futuros trabajos sobre esta investigación.

Referencias bibliográficas

González, R. et al (2015) Psicogente: Relación entre género y calidad de vida laboral en profesionales de la salud, vol. 8 pág. 52-65.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Chiang, M. et al (2009). Estudio empírico de calidad de vida laboral, cuatro indicadores: satisfacción laboral, condiciones y medio ambiente del trabajo, organización e indicador global, sectores privado y público. Desarrollo, aplicación y validación del instrumento.

González R. et al (2010) Elaboración y validez del instrumento para medir calidad de vida en el trabajo CVT-GOHISALO.

Lagarde M. (1996) La perspectiva de género, em género y feminismo. Pág. 13-38.

Sánchez M. et al (2011) Estereotipos de género y valores sobre el trabajo entre los estudiantes españoles, pág. 331354.

Torres A. et al (2002) Psicothema: Calidad de vida laboral: hacia un enfoque integrador desde la psicología social. Vol. 14 no. 4 pág. 828-836.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Gestión del talento humano para dirigir personal efectivo

Área Temática: II. Capital humano en las organizaciones.

Nombre de los autores: Espino Guevara Patricia Guadalupe, Sarabia Alonso Ma. Teresa, Moreno Vargas Enrique, Ruiz Meneses Sandy Yanet, Maldonado Gómez Gabriel.

Institución de procedencia: Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo.

Correo electrónico: pespino@itesa.edu.mx Número

telefónico: 045 775 75 126 16



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Gestión del talento humano para dirigir personal efectivo

Resumen: “En éste paper se presenta una propuesta de investigación en la que haya una fase de intervención en donde se analicen las competencias laborales del administrador de recursos humanos de cuarenta y tres empresas del parque industrial I dedicadas en su mayoría al giro metal – mecánico, para lograr identificar el estilo de gestión del área de Recursos Humanos, posterior a ello se pretende crear un modelo de gestión del talento humano que se implementará en cada una de las empresas para poder contrastar los resultados y recomendar de qué manera se debe gestionar el talento humano para lograr la efectividad de los colaboradores”.

Se sabe que las organizaciones son entidades sociales que están dirigidas por personas debidamente coordinadas para el cumplimiento de metas; éstas interactúan con clientes, proveedores, competidores, y están vinculadas con el entorno. La planeación que se aplica en las organizaciones debería ser capaz de contribuir a elevar la efectividad, sin embargo, muchos de los procedimientos están ya saturados de alguna u otra forma, o bien, viciados por el formalismo de cumplir el que la organización cuente con una visión a mediano y largo plazo, pero generalmente no se involucra a todos los integrantes de la organización, la cual es un sistema abierto con capacidad de cambio. Por parte de los gerentes debe existir un constante interés por mejorar el desempeño de los empleados a través de continuos programas de capacitación y desarrollo. En años recientes, la gestión del desempeño ha buscado optimizar sus recursos humanos para crear ventajas competitivas, también crear un valor agregado.

Según Chiavenato (2006) debemos gestionar el talento humano para que puedan de alguna u otra forma desarrollarse ciertos procesos con eficacia, calidad y objetividad. Que pueden ser como producción, desarrollo y crecimiento. Si nosotros gestionamos el talento humano vamos a hacer que todos los empleados se sientan a gusto con lo que hacen y satisfagan tanto las necesidades de los empleados como del empleador. Es por ello que se requiere generar un vínculo entre la manera de administrar los recursos humanos y cómo detonar el crecimiento del talento humano, para lograrlo las empresas cuentan con herramientas que las ayuden a realizar una conexión que a la larga resulte duradera y estable, esto sería mediante el manejo.

Abstract: "In this paper a research proposal in which there is an intervention phase where labor skills of the human resources manager of forty three companies I industrial park dedicated mostly to analyze the metal twist occurs - mechanical, for able to identify the management style of the human, subsequent Resources this is intended to create a model of human talent management to be implemented in each of the companies to compare the results and recommend how you should manage human talent to achieve the effectiveness of employees. "

It is known that organizations are social entities coordinated by persons duly accomplishing goals are addressed; they interact with customers, suppliers, competitors, and are linked to the environment. Planning applied in organizations should be able to help raise the effectiveness, however, many of the procedures are already saturated in some other way, or vitiated by the formalism of meeting that the organization has a view to medium and long term, but usually not all members of the organization is involved, which is an open system with capacity for change. By managers must be a constant effort to improve the performance of employees through continuous training and development programs. In recent years, performance management has sought to optimize its human resources to create competitive advantages, they also create added value.

According Chiavenato (2006) we manage human talent so they can in some way or another effectively develop certain processes, quality and objectivity. They can be as production, development and growth. If we manage human talent we will make all employees feel comfortable with what they do and meet both the needs of employees and the employer. That is why it is necessary to generate a link between the way of managing human resources and how to trigger the growth of human talent, to achieve companies have tools to help them make a connection that eventually prove lasting and stable, this would by handling.

Palabras claves: Gestión, talento humano, administración.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Introducción

Las organizaciones, consisten en numerosos grupos sociales que persiguen una finalidad específica, distribuyendo tareas y actividades a realizar acordes con cada habilidad humana que se facilita para una actividad, buscando en cada sector y con el trabajo colectivo la realización de una finalidad propuesta.

El que una empresa cuente con un modelo de gestión de talento humano es la piedra angular para que el desempeño de los empleados sea efectivo y se puedan alcanzar con éxito los objetivos de la empresa, por esta razón es muy importante diseñar una estructura organizacional de gestión del talento humano, apoyada en las áreas de reclutamiento, selección, inducción, capacitación y remuneración, para el mejoramiento del desempeño laboral de los clientes internos de la empresa.

Por ello dentro de las organizaciones se cuenta con un sistema que se elige para poder lograr un objetivo determinado a través del recurso humano, siendo originario del talento del Individuo, y que en conjunto con otras áreas permiten abordar una forma de trabajo que logre un fin específico, tomando un punto de partida, un objetivo de trabajo a partir del cual se desarrolla un programa de actividades.

El talento humano debe ser apoyado y valorado ya que en ellos se encuentran ideas que para un futuro pueden ser metas no solo personales si no para beneficio de una empresa, de modo que aporten ideas y su gestionar incida al mejoramiento de dicha empresa y calidad de vida; del empleador y sus empleados.

Teoría del dominio

En general la organización trabaja para alcanzar los objetivos que enuncian, mediante el seguimiento de una visión que debe ser clara, ya que de esta forma se alcanza la consecución de metas utilizando un plan de acción delimitado, mismo que debe ser ejecutado por los principales actores de la organización, es decir, los colaboradores, para alcanzar este supuesto que requiere del uso de recursos y esfuerzos para afianzar una estrategia de trabajo basada en la efectividad.

Concretar este reto no es fácil, por ello las empresas deberán saber cómo reaccionar ante los cambios que se les presentan producto del actual proceso de globalización, una de las mejores formas que tienen para lograrlo es

mediante la adecuada gestión del talento del personal, el cual tiene que ser altamente competitivo para así alcanzar el éxito.

Hablar de organización es complejo, ya que se cuenta con una gran diversidad de propuestas acerca de su definición, un acercamiento acertado, puede ser lo que nos proponen, Hodge, Anthony y Gales (2003) al presentar una definición simple: “organización puede definirse como dos o más personas que colaboran dentro de los límites definidos para alcanzar una meta común”. De esta manera se entiende que para que la organización pueda existir requiere de cohesión de sus miembros logrando así un trabajo cooperativo.

Antecedentes históricos de la Administración

Las organizaciones y la forma en que se administran han existido a lo largo de la historia de la humanidad, marcando una evolución en la manera de ser gestionadas sin importar el tiempo o lugar en el que se desarrollen. A partir del siglo XX se formó un cuerpo de conocimiento, logrando así que se estudie a la organización como ciencia formal. Robbins y Coulter (2005) consideran dos sucesos históricos que tuvieron gran influencia en el desarrollo de la investigación sistemática que tuvo lugar después. Lo cual se debe de tomar como referencia ya que de esta forma se puede analizar las diferentes vertientes que dieron paso a la administración como ciencia formal.

En primer lugar, en 1776, Adam Smith publicó La riqueza de las naciones, en donde plantea los beneficios de la división del trabajo. En segundo lugar la Revolución Industrial, cuyo origen se puede situar en el siglo XVIII en Gran Bretaña, creó la necesidad de gerentes figura situada como un cuerpo que guiara a los trabajadores. Y en tercer lugar el sistema de administración científica de Frederick Winslow Taylor planteando la importancia de los tiempos elevando el nivel de vida de los trabajadores al ser más eficientes y productivos logrando así que ganaran salarios más altos.

Para Castillo (2006), Henry Fayol y Max Weber, “desarrollaron teorías más generales sobre las actividades que los gerentes realizan”, esto en gran medida constituye el papel principal de la administración, ya que ellos realizan actividades que tienen un peso decisivo para la organización.

Henry Fayol en su obra Administración industrial y general previsión, organización, mando, coordinación, control



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

publicada en 1916, contempla que la empresa cumple 6 funciones, las cuales se requieren para aplicar un modelo racional para la alta dirección.

Por su parte Max Weber, al ser sociólogo aporta un tipo de concepción ideal de cómo deberían estructurarse las organizaciones, visión que se concreta en la burocracia, al verla como la forma más eficiente que podía utilizar la organización compleja surgida de las necesidades de la sociedad moderna, logrando que mediante el pago a los individuos, se pueda lograr que actúe en la manera en la que se le solicite y para que esto se logre se debe explicar de manera minuciosa, impidiéndosele en teoría que sus emociones interfieran en su rendimiento.

La Administración

La administración, según Daft y Marcic (2009), como ciencia, exige en su desarrollo teórico y práctico un estilo de pensamiento sistematizado, con bases sólidas en la investigación y en la elaboración de sus teorías, que rompa con sistemas rutinarios e improvisaciones por parte de quien la practica.

Éstas son algunas de las características de la administración que da como resultado el uso de la herramienta más importante que pudo haber adoptado el administrador en su práctica con el método científico, para dar paso a la creación de una verdadera estructura de trabajo adecuada a su particular forma de ser, detonado así al proceso administrativo.

Mismo que se define como una consecución de fases o etapas a través de las cuales se lleva a cabo la práctica administrativa. Algunos autores que estudian dicho proceso lo han dividido de acuerdo con su criterio en tres, cuatro, cinco o incluso seis etapas, pero sólo se refieren al grado de análisis del proceso, ya que el contenido es el mismo que manejan todos. Por eso, en la actualidad, la división cuádrupartita, de cuatro fases, es la más aceptada universalmente: planeación, organización, dirección y control.

El proceso nace como una necesidad de explicar y estructurar toda una función administrativa que tiene como objetivo coordinar las demás funciones de la organización. Además, está basada en disciplina, orden, flexibilidad, creatividad y eficiencia.

La disciplina que exige se encuentra en los principios que lo regulan, ya que el orden se manifiesta en la consecución

de las fases, nos organiza, nos enseña a pensar y trabajar en un estilo lógico y sistémico en el proceso de decisiones, en la flexibilidad, siendo una característica natural de la administración, crea un modelo manejable de trabajo, para amoldarse a las necesidades, cultura organizacional y estilos gerenciales de la organización de que se trate.

El comportamiento organizacional

La disciplina que estudia las acciones de las personas en el trabajo se conoce como comportamiento organizacional, gran parte de lo que actualmente constituye el ámbito de la administración de recursos humanos así como los puntos de vista contemporáneos sobre motivación, liderazgo, trabajo en equipo y administración de conflictos han surgido de la investigación del mismo.

El origen del comportamiento organizacional podemos situarlo según Nevado (2007) “en el año de 1924”, cuando la más importante empresa de fabricación de material telefónico de los Estados Unidos de América, la Compañía Eléctrica Western, inició en sus talleres en Hawthorne una serie de experiencias para medir la influencia de las condiciones de iluminación en la curva de productividad obrera. La causa inicial que llevó a estas investigaciones fue el descontento y malestar observado entre los obreros a pesar de ser una empresa con muchos servicios para la época: los 29,000 trabajadores disfrutaban de restaurante, hospital, instalaciones de ocio, entre más servicios.

Los ingenieros industriales de la empresa descubrieron, para su sorpresa, que cuando el nivel luminoso se reducía, la productividad seguía aumentando en los grupos experimentales. Al no poder explicar esto resultados, en 1927 invitaron al profesor de Harvard, Elton Mayo, y a sus colaboradores a participar en el estudio, relación que se extendió hasta 1932. Se desarrollaron distintos experimentos que incluían cambios en la duración de la jornada, en los tiempos de descanso y en los estímulos financieros, pero no encontraron correlación entre estas variables y el rendimiento. Se empezó a pensar que el incremento del mismo se debía a la mejora moral en los trabajadores que formaban los grupos experimentales derivada de la relaciones dentro de los mismos y de la relación con sus supervisores que no actuaban como jefes y les hacían partícipes de todo.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Este experimento según Kast y Rosenzweig (1992), “provocó el rompimiento con la administración científica tradicional que sostenía que la iluminación, las condiciones de trabajo, los períodos de descanso, la fatiga y otras variables físicas, combinadas con incentivos económicos, eran los factores primarios que influían en la producción y la productividad”, por ello se puede distinguir que los factores sociales y psicológicos eran de mayor importancia en la determinación de la satisfacción del trabajador y su productividad.

Además según Nevado (2007), “también contribuyeron al éxito de estas ideas los cambios sociales, económicos y políticos, que hacen que se cuestionen los principios de la teoría clásica de la administración”. En esta época aparecen legislaciones socio – laborales y se consolidan los sindicatos. En un país como los Estados Unidos de América, los trabajadores y los sindicatos pasaron a ver y a interpretar la administración científica como un medio sofisticado de explotación de los empleados a favor de los intereses patronales. Apareció entonces la necesidad de corregir la fuerte tendencia a la deshumanización del trabajo surgida a la aplicación de métodos científicos rigurosos.

Elton Mayo y sus colaboradores fueron los primeros en aplicar el método científico para estudiar a las personas en el entorno laboral. Siendo el primer momento en el que se contempla la importancia que tiene el personal y su desarrollo dentro de las organizaciones, dando así inicio a la figura del talento humano.

Gestión del talento humano

Saxena (2012), indica que el término fue acuñado por David Watkins de Softscape, publicado en un artículo en 1998. El proceso de atraer y de retener a colaboradores productivos, se ha tornado cada vez más competitivo entre las empresas y tiene además importancia estratégica de la que muchos creen.

Para Chiavenato (2007), “la gestión del talento humano es un área muy sensible a la mentalidad que predomina en las organizaciones”. Al ser contingente y situacional, pues depende de aspectos como la cultura de cada organización, la estructura organizacional adoptada, las características del contexto ambiental, el negocio de la organización, la tecnología utilizada, los procesos internos y otra infinidad de variables importantes.

En los tiempos actuales, para Chiavenato (2007), “las organizaciones están ampliando su visión y actuación estratégica”, mirando como socios a los colaboradores, cada uno de los cuales contribuye con algún recurso, los proveedores contribuyen con materias primas, insumos básicos, servicios y tecnología, por su parte los accionistas e inversionistas contribuyen con capital e inversiones que constituyen el aporte financiero para adquirir recursos, los empleados contribuyen con conocimientos, capacidades y habilidades para toma de decisiones y elección de alternativas que dinamicen la organización, los clientes y los consumidores contribuyen adquiriendo los bienes o servicios colocados en el mercado.

Esto deriva en alianzas estratégicas, las cuales constituyen medios a través de los cuales la organización obtiene nuevos socios para fortalecer y consolidar sus negocios y ampliar fronteras

Metodología

Para lograr definir un perfil exitoso, sin importar el cargo, ya sea director, gerente, jefe o supervisor, cada administrador desempeña en su trabajo las cuatro funciones administrativas que constituyen el proceso administrativo planear, organizar, dirigir y controlar.

La administración de recursos humanos, está relacionada con estas funciones del administrador pues se refiere a las políticas y prácticas necesarias para administrar el trabajo de la personas, y como Chiavenato (2007) nos aporta, entre ellas se encuentran:

- ✓ Análisis y descripción de cargos.
- ✓ Diseño de cargos.
- ✓ Reclutamiento y selección de personal.
- ✓ Contratación de candidatos seleccionados.
- ✓ Orientación e inducción de nuevos funcionarios.
- ✓ Administración de cargos y salarios.
- ✓ Incentivos salariales y beneficios sociales.
- ✓ Evaluación del desempeño de los empleados.
- ✓ Comunicación con los empleados.
- ✓ Capacitación y desarrollo del personal.
- ✓ Desarrollo organizacional.
- ✓ Higiene, seguridad y calidad de vida en el trabajo.
- ✓ Relaciones con los empleados y relaciones sindicales.

Resultados



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

En la actualidad existen aportaciones diversas relacionadas con el tema de la gestión del talento humano, algunas de las aportaciones más sobresalientes son:

García, Sánchez y Zapata (2008), definen a la gestión del talento humano como, “la actividad empresarial estratégica compuesta por un conjunto de políticas, planes, programas y actividades realizadas por una organización con el objeto de obtener, motivar, retribuir y desarrollar a las personas que requieren en sus diferentes estructuras”, para crear una estructura organizacional donde se equilibren los diferentes intereses y se logren los objetivos y metas organizacionales de la empresa, se deberá trabajar en forma colaborativa.

Maristany (2008), dice que “la administración del talento humano tiene por objeto reconocer, administrar y evaluar las técnicas y métodos de administración del área”, para lograrlo parte de las estrategias generales de la empresa siendo eficaces y logrando la confianza de los empleados a todos los niveles.

Vásquez (2008), afirmó que “la gestión del talento humano es una actividad que depende menos de las jerarquías, órdenes y mandatos, considerando la importancia de una participación de la empresa donde se implica formar una serie de medidas como el compromiso de los trabajadores de la empresa donde se implica formar una serie de medidas como el compromiso de los trabajadores” todo ello con el objetivo de tener una guía empresarial, manteniendo vigente el pago de salarios en función de la productividad de cada trabajador, teniendo un trato justo a éstos y una formación profesional.

Lledó (2011), afirma que “el talento humano tienen un enfoque de aplicación y practica de las actividades más importantes dentro de la organización o empresas”, lo cual se cumple porque la gestión del talento humano es un pilar fundamental para el desarrollo exitoso de los procesos, pues al final las personas son las responsables de ejecutar las actividades porque los proyectos no se desarrollan por si solos.

Mora (2012), resalta que “la gestión del talento humano es una herramienta estratégica, indispensable para enfrentar los nuevos desafíos que impone el medio”, mediante el impulso a un nivel de excelencia de las competencias individuales de acuerdo a las necesidades operativas donde se garantiza el desarrollo y administración del potencial de las personas de lo que saben hacer o podrían hacer.

Discusión

Para lograr afianzar una propuesta sólida se requiere de la revisión exhaustiva de artículos científicos, los cuales reflejan un avance en la investigación administrativa aportando conocimientos en el área de la gestión del talento humano.

La Revista Internacional Administración y Finanzas, propone: La investigación sobre gestión del talento humano en la industria aeroespacial en México desde una perspectiva metodológica, en ella Macías, Zárate y Rosiles (2013), nos muestran un análisis de los diferentes enfoques de metodología de la investigación, así como su aplicación en el estudio de la gestión del talento humano, ello con el propósito de identificar mediante un estudio descriptivo de tipo documental transversal, mismo que sirve como punto de referencia para conocer cuál es la forma de investigar este tema en nuestro país, la metodología utilizada y las corrientes vigentes que aportan conocimiento al área, las cuales en un 99% derivadas de investigaciones universitarias.

Por su parte, la Escuela de Administración de Empresas y Marketing, la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, ubicadas en Ecuador, emiten el artículo científico: Diseño de un sistema de Gestión de Talento Humano para industrias metálicas Tulcán, en donde Galvis (2011), proponen que el diseño de un sistema de gestión de talento humano ayudará a reducir las falencias detectadas en la administración del personal, y esto se logra mediante un sistema de gestión de talento humano que sirva de herramienta guía para la optimización de los procesos relacionados con el personal de la empresa y las actividades que cada uno realiza, mismas que deben ser propuestas por el Departamento de Recursos Humanos, que le permita administrar adecuadamente a la organización, dotando de todos los recursos necesarios para el buen desempeño y jugar un rol importante dentro de la empresa.

La Universidad Libre de Colombia publica: Diseño de un Modelo de Gestión del Talento Humano para la Industria Metalmeccánica en la Ciudad de Bogotá, en donde Rodríguez y Mateus (2011), plantean la importancia del diseño de un modelo propio a nivel operativo, medible y funcional, mismo que se debe de enfrentar a la ausencia de estructuras organizacionales ordenadas que permitan una eficiente administración del talento humano en el sector metalmeccánico, lo cual permite conocer que si se analizan distintos tipos de organización, se encontrará que dependiendo de las características propias de cada una se pueden clasificar en que las empresas pequeñas tienden a



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

identificarse con una organización de tipo formal y las grandes con una organización de tipo funcional.

Lo cual contribuyó en el diseño de un modelo de gestión de talento humano que generara el cambio organizacional y cultural del sector metalmecánico, a través del aporte de estrategias y procesos que contribuyan al desarrollo individual y colectivo de cada empresa metalmecánica, demostrando que se pueden implantar sistemas de gestión en este sector que aparentemente es reacio al cambio.

La Universidad de Antioquia, propone un estudio de Instrumentos para el Diagnóstico de la Gestión del Talento Humano una propuesta para la competitividad, en donde Restrepo (2013), implementa estrategias de diagnóstico, formación y desarrollo del personal administrativo, mismas que contribuyeron de manera considerable en el aumento de la efectividad del personal, característica que en la actualidad resulta más que importante, ya que esta conduce a un crecimiento sólido de las empresas que las lleve a ser mayormente estables.

Por su parte, el Instituto Tecnológico de Aguascalientes, (2007) Liquidano, realizó la investigación El impacto del perfil del administrador de RH en la evolución de la gestión de recursos humanos y su relación con el desempeño organizacional en empresas de Aguascalientes, en donde identifica si los administradores de recursos humanos, se comportan como gestores del talento humano, ello con la finalidad de conocer la manera en la que gestionan al personal, descubriendo que hay una mayor correlación significativa entre las competencias técnicas y cognitivas en el perfil del administrador.

Conclusiones y trabajos futuros

La gestión del talento humano, ha cobrado especial atención por las organizaciones porque en gran medida representa la clave para alcanzar el éxito, ya que sin él, sería prácticamente imposible enfrentar las exigencias actuales y futuras del mercado, gestionarlo es el reto principal que tienen que afrontar, para ello es necesario incorporar una visión más integradora en la mentalidad de los directivos y trabajadores de las diferentes Organizaciones y siempre pensar que las propuestas Metodológicas que se utilicen deben implementarse en su totalidad para lograr la sinergia funcional del proceso. Una vez logrado esto lo que resta es dirigir el Talento hacia el destino de impacto deseado y con ello se obtendrán los resultados deseados.

En una organización, los recursos humanos están conformados por los individuos que la integran llámese profesionales, ejecutivos, obreros, entre otros, los cuales tienen un talento caracterizado por los conocimientos, experiencia, individualidad y diversidad de competencias que en su conjunto contribuyen al alcance de las metas y objetivos propuestos.

Todo ese conocimiento que adquiere el talento humano a través del tiempo en la organización se transforma en valor para la organización, y si bien es intangible la misma se evidenciará como tangible en la calidad de sus servicios y productos, que son los resultados esperados.

La organización debe invertir capital financiero, a fin de que su talento humano responda a las exigencias de las mismas, en este caso se podría considerar que el talento humano o capital intangible, esta fortalecido por tres elementos (capital intelectual, capital humano y capital social).

La clave del crecimiento en las organizaciones no está en reducir el costo de las transacciones empresariales, sino en disponer de personas productivas y con un nivel educativo adecuado. Estos aspectos refuerzan la importancia que se le debe dar al talento humano como capital intangible que otorga valor a la organización.

El talento humano, a través del tiempo en la organización se transforma en valor para la organización, y si bien es intangible la misma se evidenciará como tangible en la calidad de sus servicios y productos, que son los resultados esperados.

El capital humano, que son todos los activos en los cuales la organización invierte y se evidencia en: experiencia, salud, salarios, vivienda, calidad de trabajo, y educación. La inversión realizada por la organización justifica el capital intelectual que posee, y cuan valioso es el talento para la organización.

Referencias bibliográficas

- Castillo (2006) *Administración de personal: Un enfoque hacia la calidad*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Chiavenato (2006) *Introducción a la teoría general de la administración*. México: McGraw Hill.
- Daft y Marcic (2009) *Introducción a la Administración*. México: Cengage Learning.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Dale (1964) Manejo de personal y relaciones industriales. México: Compañía Editorial Continental S. A.

Fernández (2002) *El proceso administrativo*. México: Diana.

Gómez (2007) *Sistemas administrativos, análisis y diseño*. México: Mc Graw Hill.

Hodge, Anthony y Gales (2003) *Teoría de la Organización. Un enfoque estratégico*. Madrid: Pearson Educación S. A.

Illanes (2012) *El sistema empresa: un enfoque integral de la Administración*. México: Industrias gráficas 3F S.A.

Kast y Rosenzweig (1992) *Teoría general de sistemas*. México: Trillas.

Koontz, Weihrich y Cannice (2008) *Administración. Una perspectiva global y empresarial*. México: Mc Graw Hill.

Luna (2014) *Proceso Administrativo*. México: Grupo Editorial Patria.

Lyndall (1954) *Elementos de administración*. México: Editorial Cultura.

Massie (1975) *Bases esenciales de la administración*. México: Diana.

Munch (2010) *Fundamentos de administración. Casos y prácticas*. México: Trillas.

Nevado (2007) *El desarrollo de las organizaciones del siglo XXI: ética, responsabilidad social, gestión de la diversidad y gestión del cambio*. México: Especial directivos.

Reyes (2005) *Administración de empresas 2: Teoría y práctica*. México: Limusa.

Robbins y Coulter (2010) *Administración*. México: Pearson Prentice Hall.

Scanlan (1984) *Administración: curso para nuevos gerentes*. México: Limusa.

Terry (1977) *Principios de Administración*. México: CECSA.

Terry y Franklin (1987) *Principios de Administración*. México: Editorial Continental.

Artículos consultados:

Macías, Zárate, Rosiles (2013). *La investigación sobre gestión del talento humano en la industria aeroespacial en México desde una perspectiva metodológica*. Revista Internacional Administración & Finanzas, Volume 6 Number 7. Universidad Autónoma de Baja California, México pp 105-120.

Galvis (2011). *Diseño de un sistema de Gestión de Talento humano para industrias metálicas Tulcán, ubicada en la ciudad de Tulcán provincia del Carchi*. Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Tulcán Ecuador.

Mateus (2011). *Diseño de un Modelo de Gestión del Talento Humano para la Industria Metalmeccánica en la Ciudad de Bogotá*. Universidad Libre de Colombia. Bogotá, Colombia.

Restrepo (2013). *Instrumentos para el Diagnóstico de la Gestión del Talento Humano una propuesta para la competitividad*. Universidad de Antioquia.

Liquidano (2007). *El impacto del perfil del administrador de RH en la evolución de la gestión de recursos humanos y su relación con el desempeño organizacional en empresas de Aguascalientes*. Instituto Tecnológico de Aguascalientes.

Páginas electrónicas consultadas:

<http://iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol4issue5/E0453843.pdf?id=5415>
(Recuperado 22 de agosto de 2016.)



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Elementos para construir una estrategia para la integración del capital humano en fusiones y adquisiciones en México.

ÁREA TEMÁTICA.

CAPITAL HUMANO EN LAS ORGANIZACIONES

NOMBRE COMPLETO DE AUTOR(ES).

Soto Maldonado Lilina

Feregrino Feregrino Jorge (Profesor asociado FES Acatlán UNAM)

INSTITUCIÓN DE PROCEDENCIA.

TECNOLOGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COACALCO

NÚMERO(S) TELEFÓNICO(S) Y CORREO(S) ELECTRÓNICO(S).

CORREO ELECTRONICO.

Liliana Soto (55 2245 8449, lili4n408@gmail.com); Jorge Feregrino (55 3483 7830, jorferegrino@yahoo.com)



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Elementos para construir una estrategia para la integración del capital humano en fusiones y adquisiciones en México

Resumen: En este artículo se presenta la relevancia del capital humano durante los procesos de fusiones y adquisiciones organizacionales; y como repercuten, en integración e impacto, en la estructura organizacional. En el contexto global es necesario generar estrategias para limitar los efectos negativos de este tipo de práctica. Por ello se analizan los factores que influyen para su éxito y/o fracaso en relación a las fusiones y adquisiciones en casos específicos en el sector empresarial mexicano.

Abstract: In this article the importance of human capital is presented during mergers and acquisitions organizational; and as impact, and impact on integration in the organizational structure. In the global context it is necessary to develop strategies to limit the negatives effects of such practical. Therefore the factors that influence its success and / or failure in relation to mergers and acquisitions in specific cases in the Mexican business sector are analyzed.

Palabras claves: capital humano, fusión y adquisiciones, integración.

Introducción

Las fusiones y adquisiciones constituyen una de las formas recurrentes para obtener mayor poder de mercado y competitividad dentro de un entorno económico globalizado; este tipo de operaciones son creadas a partir de la identificación de una amenaza o de una oportunidad en un mercado cada vez más integrado.

En la actualidad, la integración económica favorece la división del trabajo y permite que en economías en donde hay salarios bajos, la actividad laboral se enfoque en tareas, donde la mano de obra es vital; mientras que, en las economías mejor posicionadas y con salarios altos, utilicen a sus trabajadores en tareas más productivas. Todo ello permitirá a las empresas beneficiarse de las economías de escala subyacentes. Para las llamadas economías emergentes (como la mexicana), la globalización de los mercados de capital ha tenido efectos positivos, ya que proporciona oportunidades a aquéllos que son capaces de enfrentarse a los desafíos a nivel mundial. Fusiones, adquisiciones, joint-ventures, se han vuelto más visibles en los últimos tiempos en todos los sectores, de manera que ha sido posible analizar algunas de las claves para llevar a buen término estos procesos. En este caso, el capital humano, es factor más relevante, ya que de él dependerá el éxito o fracaso de un proceso de fusión y/o adquisición. Ironicamente, este aspecto recientemente ha tomado la debida importancia ya que, anteriormente, en dichos procesos sólo se generaba interés o preocupación en relación al enfoque financiero/administrativo, llevando a resultados no del todo positivos; éstos, consecuencia de haber dejado de lado al factor clave, el capital humano.

El resto del artículo está organizado de la siguiente manera. En la Sección 2 se define organización y se muestran los tipos de estructura organizacional. La

Sección 3 se enfoca en conceptualizar e identificar cómo se han diversificado las fusiones y adquisiciones en los diversos sectores y su influencia en la economía mexicana. En la sección 4 se construyen estrategias que permitan la integración del capital humano en fusiones y adquisiciones a través de la cultura organizacional en México. Las conclusiones están en la sección 5 donde se promueve la importancia de las estrategias para la integración del capital humano en las fusiones y adquisiciones en México.

Estructura Organizacional

Las organizaciones son parte de nuestra vida cotidiana; son entidades sociales dirigidas a las metas, diseñadas como sistema de actividades estructuradas y coordinadas en forma deliberada y están vinculadas al entorno. (Daft, 2011).

Están constituidas por las personas y las relaciones entre ellas; existen cuando las personas interactúan entre sí para realizar funciones esenciales que coadyuvan a alcanzar metas y objetivos comunes que se no podrían lograr de manera aislada debido a las restricciones individuales. La estructura organizacional es fundamental en todas las empresas, representa el entramado de puestos de trabajo y de departamentos que orienta la conducta de capital humano y grupos hacia la consecución de los objetivos organizacionales, estos deben ser verificables, precisos y realizables; para que sean precisos deben ser cuantitativos y para ser verificables deben ser cualitativos. Tiene que haber una clara definición de los deberes, derechos y actividades de cada persona. Se tiene que fijar el área de autoridad de cada persona, lo que cada uno tiene que hacer para alcanzar las metas. Saber cómo y dónde obtener la información necesaria para cada actividad. Según Daft (2005), existen tres componentes clave en la definición de la estructura organizacional:



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La estructura organizacional designa relaciones formales de subordinación, como el número de niveles en la jerarquía y el tramo de control de los gerentes y supervisores.

La estructura organizacional identifica el agrupamiento de individuos de departamentos y el de departamentos en la organización total.

La estructura organizacional incluye el diseño de sistemas para garantizar la comunicación, la coordinación y la integración efectivas de los esfuerzos entre departamentos. Estos tres elementos de estructura pertenecen a los aspectos verticales y horizontales de la organización. Por ejemplo, los primeros dos elementos son el marco estructural, que es la estructura vertical. El tercer elemento pertenece al esquema de interacciones entre los empleados de la organización. Una estructura ideal alienta al capital humano para que proporcionen información horizontal y coordinación donde y cuando sea necesario.

Estrategias Organizacionales

La estrategia es un método en el cual se reúnen una serie de actividades integradas y coordinadas, que buscan obtener una ventaja competitiva; aprovechando los recursos, capacidades y aptitudes centrales.

Tipos de estrategias empresariales

Estas estrategias pueden ser de negocio, corporativas e internacionales.

De Negocio: están basadas en el cliente, en las mejoras a generar y en cuáles expectativas se deben cubrir; se dividen en:

Liderazgo en costos: Busca generar que el precio de venta sea competitivo, a través de mejoras en la producción, negociación con proveedores, mano de obra con mayor productividad, entre otros. Conlleva ciertos riesgos, como pérdida de proveedores, imitación, rotación de personal, tener baja calidad o provocar errores en inversión.

Diferenciación: Lograr que el producto genere mayor valor que el de los demás y, así, conseguir que un número mayor de personas estén dispuestas a pagar por él. Entre los riesgos que existen están: la no apreciación del valor por parte de los clientes, imitación y estancamiento.

-Enfocada: Estrategia concentrada en una parte del mercado, zona geográfica o segmento. Se puede asociar al riesgo de seleccionar un segmento, descuidando otros.

Corporativas: son las acciones que se emprenden para obtener ventaja competitiva mediante la selección de varias empresas, diversos productos o mercados. Estas estrategias se dividen en:

Reestructuración: Cambios en la organización y estructura (administración, financiera, física, operativa).

Reducción en el campo de acción: Desinversión en flujos que tiene la compañía que no son rentables; se relaciona con la venta de activos o reducción del sector del mercado que cubro.

Fusión: Transacciones entre dos o más empresas que buscan integrarse, de común acuerdo, para compartir recursos y capacidades.

Adquisición: Compra del control sobre una o más empresas; optimizando recursos.

Es de resaltar que pasar por una fusión o adquisición, puede desembocar en una reestructuración; al igual que una reestructuración, puede llevar a una reducción de campo de acción.

Internacionales: se refiere a la búsqueda de otros mercados para lograr crecimiento, mejoras en rentabilidad o supervivencia. Las estrategias que se derivan de la internacional son:

Multidoméstica: Realizar adecuaciones del producto o servicio dependiendo del mercado a atender. *Global:* No realizar ningún tipo de adecuaciones al producto o servicio enviado al exterior.

Transnacionales: Es una combinación de las dos anteriores, donde se trata de ser global con algunas adecuaciones.

El tamaño de la organización también se asocia con la resistencia al cambio. Al aumentar su tamaño, éstas ponen énfasis en la predicción, los roles formalizados y el control de los sistemas; lo que hace que el comportamiento de ésta (organización) se haga más fiable, rígido e inflexible.

Conceptualización de fusiones y adquisiciones

Se llama fusión a la unión de dos o más empresas independientes para formar una nueva entidad superior, cuyo objetivo principal sea incrementar su presencia y dominar en el mercado. Las fusiones pueden ser horizontales o verticales.

Cuando se fusionan dos empresas que venden el mismo bien o el mismo tipo de bien dentro del mercado, se denomina fusión horizontal o lateral. Por ejemplo, tres instituciones de crédito deciden fusionarse y constituir una nueva institución de crédito, donde prevalece el mismo giro. Es usual impedir este tipo de fusiones porque se considera que va contra la libre competencia y tienden a crear mercados oligopólicos y en lo posible monopolios. Las fusiones de tipo vertical se dan entre empresas que realizan distintas etapas del proceso de producción. Para



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Taylor (2003), la fusión vertical consiste en integrar empresas que permiten hacer integración vertical hacia adelante (acercamiento a los clientes) o hacia atrás (acercamiento a las materias primas), para integrar en una sola empresa, la cadena productiva de un bien o servicio. A estas fusiones se suman las diversificadas o conglomeradas y las concéntricas. Las primeras constituyen un conglomerado de empresas, es decir, se adquieren empresas que fabrican productos diferentes y actúan en mercados distintos (Nazlhe, Labatut y Aparisi, 2009). Por su parte, Lorig (1991), observa que las fusiones concéntricas se producen entre firmas que de alguna manera están relacionadas entre sí.

La adquisición se refiere a aquella empresa que compra o adquiere otra, o la división de una empresa, sin que ésta pierda sus características fundamentales. Es una negociación directa, en la que una empresa compra los activos o acciones de la otra y en la que los accionistas de la compañía adquirida, dejan de ser los propietarios de la misma.

Las adquisiciones o take-over representan la compra de una empresa por otra, generalmente de mayor tamaño, pagando un valor superior por el de todas sus acciones juntas dentro del mercado accionario; sin embargo, “... las grandes adquisiciones se llevan a cabo mediante un intercambio accionario o stocks de préstamo, que puede incluir el pago de alguna diferencia en efectivo, emitidos por la empresa ‘adquiriente’. Una adquisición ‘apalancada’ o LBO (por sus siglas en inglés de leveraged buy out) representa una adquisición que ha sido financiada por una gran proporción de crédito de un agente financiero” (García, 2000: 5).

Otra figura de adquisición es la inversa o reverse take-over, en la que una empresa de menor tamaño adquiere una de mayor magnitud, algunos de estos casos se presentan mediante la privatización de empresas públicas.

Una vez establecido el marco conceptual de la privatización, la fusión y adquisición de empresas, es necesario estudiar grosso modo algunas experiencias de los procesos de ajuste estructural de la economía de nuestro país a la dinámica del mercado global, principalmente, por medio de la venta de empresas públicas al sector privado y, la posterior fusión y adquisición de grandes firmas en México.

El origen de las fusiones y adquisiciones

Las fusiones y adquisiciones (F y A, o M y A, Merger and Acquisition) son antiguas como la existencia de las empresas, que a lo largo de la segunda mitad del siglo XX han alcanzado mayor relevancia. A partir de la década de los noventa, las operaciones societarias de fusión y adquisición en los distintos sectores económicos, han sido uno de los

fenómenos destacados de los mercados financieros internacionales.

Kenneth Davidson (1985) distingue cuatro oleadas de fusiones y adquisiciones que abarcan desde finales del siglo XIX y principios del XXI, a las que se les atribuyen diferentes fuerzas impulsoras.

La primera oleada corresponde a la llamada “integración horizontal” que se extendió entre finales del siglo XIX y principios del XX, cuyo objetivo principal de las empresas era aumentar su capacidad de fabricación, beneficiándose con la generación de economías de escala. La segunda oleada abarca aproximadamente la década de los veinte del siglo XX y recibió el nombre de “integración vertical”, su objetivo era reducir los costos operativos para mantener los márgenes de beneficios, a través del control sobre toda la cadena productiva. Esta oleada terminó con la caída de la bolsa en 1929.

La tercera oleada se conoció como “la era del conglomerado” e inició después de la Segunda Guerra Mundial hasta 1970. Las empresas pretendían liberarse de la reglamentación anti-trust y estabilizar su rendimiento financiero, compra empresas con capacidad para contraer mayores deudas y proporcionar suficiente efectivo para llevar adelante nuevas adquisiciones. Sin embargo, este periodo concluyó cuando los inversionistas comenzaron a dividir los conglomerados por la dificultad percibida para la gerencia de controlar efectivamente sus diversos corporativos.

La cuarta oleada inicia en la década de los ochenta y se caracteriza por la transformación industrial, motivando a las empresas a reaccionar ante los rápidos cambios tecnológicos, buscando acceso a nuevas tecnologías que permitan reducir costos, mejorar la productividad y desarrollar nuevos productos. Esta oleada también atestiguó los apoderamientos hostiles.

El apoderamiento se enfocaba a grandes conglomerados que eran desmantelados y vendidos en fragmentos. Estas adquisiciones hostiles eran financiadas normalmente por compras apalancadas, sin embargo, el periodo terminó después de varias quiebras muy publicitadas a causa de las compras apalancadas.

A principios de la década de los noventa y hasta la fecha, las fusiones y adquisiciones se caracterizan por las megafusiones en las que se combinan varios factores como la revolución de la información tecnológica, la desregulación, menores barreras al comercio y la globalización.

Las formas de asociación o alianzas estratégicas entre empresas de diferentes nacionalidades, giros y actividades productivas, representan grandes movimientos de capital así como inversiones de gran



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

magnitud, determinantes en las relaciones económicas internacionales por el enorme poderío de sus relaciones de inversión y expansión.

Sectores diámicos en fusiones y adquisiciones

Los principales sectores económicos con mayor dinamismo son el bancario y financiero, el de telecomunicaciones, servicios, energía eléctrica, gas, distribución de agua, alimentos y sus derivados, farmacéuticos y la minería.

En estos sectores las megafusiones más importantes entre corporativos internacionales en la década de los noventa son: Chase Manhattan y Chemical Bank, Nations Bank y Bank of America, Banco Mitsubishi y Bank of Tokio, Citicorp y Travelers, Deutsche Bank y Dresdner Bank;

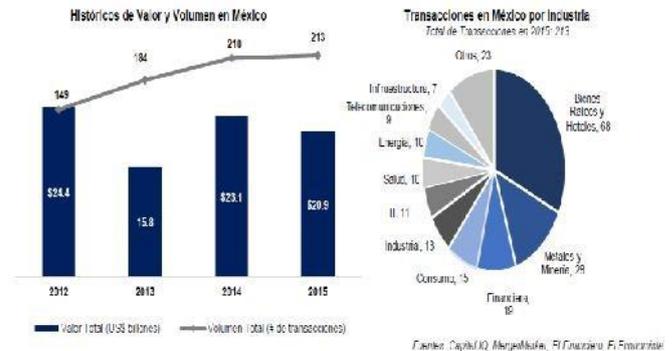
Exxon y Mobil, British Petroleum y Amoco; AT&T y TeleComm; Daimler Benz y Chrysler y, Glaxo Wellcome con Smith-Kline Beecham, entre muchas otras.

Las fusiones y adquisiciones tienen un carácter cíclico por el comportamiento que muestra el proceso general de la economía, por lo que se reactivan una y otra vez. En 2006, Thomson Financial Mergers informó que ese año estuvo marcado por una cifra récord en el ámbito de las fusiones y adquisiciones a nivel mundial, alcanzándose 2,6 billones de euros. Esto significó un aumento de 35% respecto a 2005.

Desde la teoría económica y financiera, la lógica de un proceso de fusión y adquisición debe perseguir la creación de riqueza para el accionista, a través de la maximización del valor de la empresa. Este hecho sucederá cuando exista un efecto sinérgico positivo, es decir, cuando el valor de mercado de la empresa resultante, sea mayor que el valor de las dos sociedades independientemente consideradas.

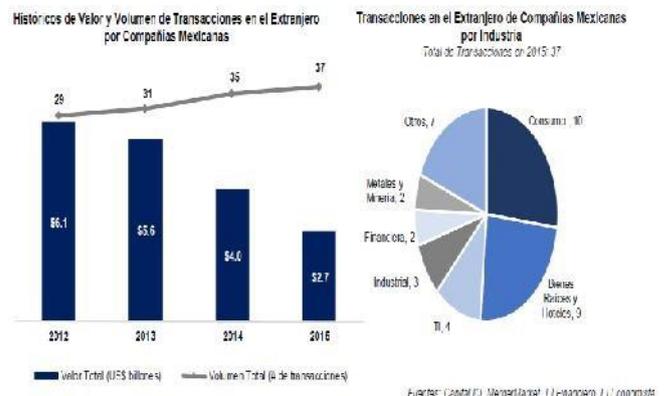
Fusiones y Adquisiciones en México 2015

Actualmente se tiene un panorama de la economía mexicana en el que, casi sin excepción, se han registrado procesos significativos de fusiones y adquisiciones en todas las ramas de la industria y sectores de la economía. Durante 2015 se anunciaron 213 fusiones y adquisiciones en México, las cuales sumaron un valor aproximado de US\$20.9 Mil Millones de dólares, un decremento del 9% respecto al 2014. A pesar de que el valor de las transacciones disminuyó, el volumen aumentó un 1.4% año contra año.



Fusiones y Adquisiciones de Empresas Mexicanas en el Extranjero 2015

Hubo 37 transacciones cerradas por parte de compañías mexicanas en el extranjero en el 2015. El valor total de estas fue cercano a US\$2.7 Mil Millones de dólares, un decremento del 32% comparado con 2014. Sin embargo el volumen aumentó 5.7% año contra año.



Mayores transacciones por tamaño

Las 5 transacciones de mayor valor en México fueron adquisiciones hechas por Tiendas Soriana, Teva Pharmaceutical, Owens-Brockway, Infraestructura Energética Nova y Linzor Capital Partners. Juntas representan un valor de US\$9.3 mil millones o cerca de un 45% del valor de transacciones en México en 2015. Mayores Transacciones de Compañías Mexicanas en el extranjero por Tamaño

Las 5 mayores transacciones hechas por compañías mexicanas en el extranjero fueron adquisiciones hechas por Arca Continental, Femsa Comercio, Alfa, Finaccess México y Grupo Aeroportuario del Pacífico. Juntas representan un valor de US\$2.2 millones o cerca del 80% del valor total de transacciones de compañías mexicanas en el extranjero en 2015.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Causas de éxito y fracaso de las F&A

Dado que cada caso es único, es complicado determinar los factores que ocasionan el éxito o fracaso de las fusiones y adquisiciones; solamente se pueden exponer las causas comunes para generar un patrón. El éxito de una operación de fusión o de compra estará muy ligado a la correcta estructuración de la oportunidad, teniendo en cuenta multitud de factores, tales como los recursos de las empresas, las restricciones legales y regulatorias y el entorno macroeconómico. Siendo esencial analizar la posición competitiva del comprador y la empresa objetivo, realizando una valoración objetiva de la operación, lo que a menudo requiere el asesoramiento de especialistas en F&A, y contando con agilidad en la negociación. Se deben identificar y analizar las sinergias que se derivarán de la operación y prestar atención a los perfiles de organización y cultura empresariales (p.e. facilidad de promoción, forma de vestir, horario flexibles,...) de ambas empresas, ya que su integración será compleja, si presentan aspectos opuestos.

A medio plazo, el éxito dependerá del tamaño y alcance global de la empresa, de la capacidad y grado de realismo del gestor y de cómo se integren las empresas sin repercutir en el trabajo del día a día. Sin embargo, atender a todos estos factores es una condición necesaria pero no suficiente de éxito. Por otro lado, el fracaso de una F&A puede deberse a factores tan dispares como los siguientes. Antes incluso de que la operación tenga lugar, algunos comportamientos aumentan la probabilidad de fracaso. Esto puede suceder como consecuencia de una insuficiente investigación de la empresa a adquirir-fusionar o de no entender suficientemente el negocio de la empresa comprada-adherida; porque el motivo que promovió la operación no se basaba en alcanzar sinergias, sino en aprovechar el efectivo de la empresa; en imitar a otras empresas, en no quedarse atrás o en perseguir intereses personales (ego de gestor, comisiones bancos y gestores). Una vez que la operación se ha realizado, su éxito final podría peligrar si se descuida la integración y planificación posteriores, si la empresa se centra demasiado en recortar costo y olvida los negocios del día a día, se desatiende a clientes, proveedores y empleados por prestar más atención a la nueva estructura esbozada; si se descuida la administración del personal o se pospone la toma de decisiones importantes por no existir una clara definición de responsabilidades post-fusión o por el surgimiento de conflictos internos. A corto o medio plazo, los factores que más influyen sobre el fracaso empresarial están relacionados con la incapacidad de superar los retos prácticos, con la negligencia para mantener una comunicación permanente, clara y abierta, tanto interna como externa, con evidenciar poco respeto hacia la otra

empresa, su gente, su metodología de trabajo o sus logros o con la dilación en proveer un liderazgo reconocido, visible y accesible

Importancia de la cultura organizacional en el proceso de Fusiones y Adquisiciones en México

Los negociadores en las fusiones y adquisiciones en México, habitualmente ignoran, postergan o subestiman el capital humano dentro de las estrategias de este proceso. La cultura organizacional, es una cultura específica de acuerdo con los fines propios de las empresas. Está constituida por el conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y valores, que permiten a una organización trabajar con efectividad, para obtener resultados competitivos, lo que implica que se integren las actitudes y el compromiso de los participantes, los estilos de trabajo, el respeto, el profesionalismo y la ética.

El gran problema, recae en señalar que una adquisición es una "fusión entre iguales", y que la gerencia puede postergar la definición sobre cuál de las empresas es la que mantiene su cultura organizacional.

Por ejemplo: La empresa Cuauhtémoc Moctezuma Heineken México (CM-Heineken) buscará una mayor inclusión de mujeres en su estructura organizacional, señaló Dolf van den Brink, Presidente y Director General de esta compañía en el país. Al participar en el Foro Mundial RH 2016 el pasado fin de semana, el dirigente de esta compañía cervecera, quien asumió este cargo en agosto del 2015, dijo que la primera impresión que se llevó al llegar a México fue la poca participación de mujeres en los puestos directivos de la compañía. “Parecía que todos los empleados líderes eran hombres, ingenieros y del norte del País”, indicó el directivo, quien fue nombrado por la revista Fortune como el número 8 de los “40 menores de 40”, una lista de los líderes de mayor influencia en el año. Van den Brink dirigió las operaciones de esta compañía en Estados Unidos durante seis años, liderando una exitosa recuperación que restauró en ingresos y en participación de mercado. Su equipo directivo estaba conformado por un número igual de hombres y mujeres, de 5 nacionalidades, 3 etnias distintas y con diferentes áreas de especialización. Anteriormente, estuvo cuatro años en el Congo donde duplicó la participación de mercado y triplicó los ingresos de esta compañía cervecera. En su conferencia ante ejecutivos en



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Capital Humano, el directivo señaló que las compañías deben estar conformadas por equipos en donde haya diversidad de personas y se permita la colaboración entre empleados, dejando de lado las organizaciones con una jerarquía vertical muy marcada (Lara, 2016). Entre los retos que enfrenta en México, el directivo mencionó que la empresa tiene una jerarquía vertical que limita la colaboración entre empleados. Se requiere, dijo el presidente de CM-Heineken México, de una cultura organizacional que permita la innovación de los empleados. “Es muy poco diversa la organización y se está convirtiendo en un riesgo, porque estamos enfrentando una intensa competencia y un entorno de negocios poco predecible”, expresó. El directivo agregó que los equipos homogéneos o similares son eficientes, pero al enfrentar entornos de negocio inestables o poco predecibles, son mejores los equipos de trabajo diversos, puesto que pueden llegar a mejores soluciones para resolver desafíos complejos. Destacó que actualmente en la organización están trabajando en el desarrollo de una cultura incluyente. Al referirse a la fusión de Heineken con Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, una de las empresas icono de Monterrey, el directivo resaltó que la fusión de culturas organizacionales que se ha dado entre las dos compañías ha sido exitosa, puesto que ambas empresas cuentan con elementos en común, al tratarse de compañías familiares y con respeto por su gente y la comunidad. “Fue tan exitosa que hemos sido capaces de más que duplicar las ganancias de nuestro negocio en estos años”.

De acuerdo al censo económico de INEGI (2010), las pequeñas empresas en México representan 99.8 por ciento de las 4 millones 15 mil unidades empresariales del país. Desafortunadamente, son pocas las que han invertido tiempo o recursos para su cultura organizacional, a pesar de ser la base para su crecimiento duradero y representa uno de los soportes para el logro de los objetivos de la organización.

En la perspectiva de obligación a cambiar, las organizaciones mexicanas reaccionan de diferente manera, de acuerdo a Arévalo Pérez y Parrilla, las perspectivas generales de cambio que normalmente se aplican son:

a) Cambio incremental: Ciertas organizaciones ilusionadas con un cambio virtual optan por la idea de un cambio de tipo incremental en donde se trata de adecuar o ajustar su funcionamiento y desempeño a los nuevos factores emergentes, sin trastocar las bases de su estructura y de acuerdo a sus prioridades y posibilidades, sin contar con una visión integral de cambio y en el fondo

se continúa actuando de manera tradicional. También se le conoce como cambio cosmético o aparente. En éste se encuentran, por ejemplo, las dependencias gubernamentales y la propia Presidencia de la República.

b) Oposición al cambio: Ciertas organizaciones con alta resistencia e inflexibilidad, deciden simplemente no cambiar, radicalizando sus posiciones e ignorando su entorno, aferrándose a un pasado conocido y muchas veces exitoso para tratar de mantener una estabilidad ficticia sin advertir que sólo aceleran su pronta marginación o desaparición del mercado. En este caso se encuentran el IMSS, el ISSSTE y en su mayoría los sindicatos.

c) Cambio planeado: Existen otras organizaciones que buscan aprovechar las oportunidades y adoptan cambios planeados a partir de una visión estratégica y de transformación estructural, con la creación y adopción de actitudes y valores que garanticen la alta productividad, competitividad y éxito en el mercado. Un ejemplo en este rubro sería la empresa BIMBO y BANORTE.

En México se observa un fuerte rechazo al cambio, ya que en su mayoría se presenta en forma radical e incluye, cambios culturales y de estilo administrativo que afectan simultáneamente la perspectiva laboral, la forma de hacer las cosas y el proyecto de vida de las personas.

No se pueden imponer con éxito nuevas formas o técnicas de administración sobre valores culturales tradicionales que no se modifican, pues los resultados obtenidos son frustrantes e inciden directamente en la productividad y calidad, así como en lo referente al desarrollo de los recursos humanos.

En este sentido, los valores profundamente arraigados en la cultura mexicana son: la familia, la religión, las relaciones interpersonales, el concepto de trabajo y el descanso, la sensibilidad emocional, el ámbito laboral, el respeto y la cortesía.

Las empresas acumulan datos financieros, comerciales y operacionales, pero su atención a lo que llamamos El due Diligence humano la comprensión de la cultura de una organización, y de los roles, capacidades y actitudes de sus empleados- en el mejor de los casos es superficial y en el peor, inexistente.

Por no atender diferencias culturales ni integrar adecuadamente al personal, entre 60 y 70% de las fusiones y adquisiciones empresariales fracasa, según



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

información de la consultora de recursos humanos Mercer. "Con la integración de talento sucede que, muchas veces, se menosprecia las diferencias culturales y de perfiles entre empresas. Los directivos se confían, no hay coordinación, y eso propicia el fracaso de una transacción", dijo en entrevista Daniel Nadborny, director general de Mercer. En el marco de la visión cognitiva de la empresa (Grant, 1997) el capital Intelectual representa la preocupación fundamental para la gestión eficiente. Jordany Jones (1997) consideran que cualquier intento de explotar el capital intelectual con el fin de obtener una ventaja competitiva debe de estar basado en el conocimiento y la comprensión de los métodos empleados por la empresa para adquirir, compartir y utilizar el conocimiento. Bontis (1996) propone tres enfoques para el desarrollo del capital intelectual:

1. Hacer de la gestión del conocimiento una máxima para la evaluación de la marcha de la empresa,
2. Definir formalmente el papel del conocimiento en la firma y
3. Diseñar un mapa del conocimiento de la organización. En este escenario, las compañías necesitan crear valor a partir del desarrollo de sus activos intangibles, tales como las marcas y el stock de conocimiento. (Dru, 1997). *El 70% de las fusiones y adquisiciones fracasan por ignorar a los empleados.*

La causa más común de un éxito o fracaso en una fusión o adquisición radica en el nivel de atención que se le otorgue a los aspectos esenciales del capital humano, principalmente a la unificación cultural, según aseguró el líder de Consultoría en Fusiones y Adquisiciones para América latina (M&A por sus siglas en inglés) de Mercer, Daniel Nadborny. Al respecto, Nadborny advirtió que, de no tomarse en cuenta el factor humano, entre el 60 y 70% de las transacciones podrían repetir las lecciones del pasado, es decir, no lograr los objetivos operativos, estratégicos y financieros.

"A nivel mundial, casi el 40% de los gastos de una empresa son destinados a los recursos humanos, es decir, a salarios, beneficios, costos de contratación, por lo que se debe prestar mucha atención al capital humano en cada fase del proceso durante una fusión y/o adquisición corporativa. Temas como la cultura organizacional, retención de talentos y comunicación corporativa afectan directamente la productividad y consecuentemente los resultados financieros de la empresa", argumentó el especialista. A su vez, el ejecutivo de Mercer enfatizó en la importancia de incluir el tema de capital humano al realizar el exhaustivo

estudio previo a una adquisición o fusión, conocido como due diligence; es decir, un análisis del impacto de la transacción en temas financieros, operativos, legales y por supuesto en la gestión de la gente y cultural en la estrategia del negocio, así como sus ventajas y desventajas; el éxito o fracaso de una operación, dependerá en gran medida de esto. Asimismo, ante un escenario de estas características las organizaciones necesitan rediseñar o redefinir los fundamentos organizacionales que producirán los comportamientos necesarios para el alcance de las metas del negocio. "Es necesario poner énfasis en la disponibilidad de talento entre el personal que permita saber qué tan capacitados y preparados se encuentra para el reto que implica una tarea diferente en una nueva empresa. Las principales organizaciones en la Argentina y en la región consideran que retener a la gente apropiada después del día uno es un factor clave en las operaciones de fusiones y adquisiciones exitosas", afirmó Nadborny. De acuerdo al estudio preparado por Marsh, Mercer y Kroll en colaboración con The Economist Intelligence Unit, denominado "M&A tras fronteras: Oportunidades y Riesgos", son temas relacionados a la integración de capital humano los que representan cuatro de los seis principales desafíos en una transacción de compra o adquisición.



Los tópicos relacionados a la correcta gestión de la gente y la migración de una a otra cultura, los que inciden con mayor fuerza en el resultado final.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Los temas de personal y culturales se perciben como riesgos significativos en la región geográfica: los asuntos relacionados con la cultura organizacional y la integración del capital humano fueron citados como dos de los más significativos que enfrentan los encuestados después de su operación más reciente (50 y 35%, respectivamente). México se ubica como el país de América latina con el mayor porcentaje de transacciones comerciales de este tipo en los últimos dos años.

Estrategias para la integración del capital humano en las empresas mexicanas que enfrentan una fusión o adquisición

Previo, y durante un proceso de fusión y adquisición, resulta vital realizar un diagnóstico por medio del acercamiento a los miembros que integran la organización a fusionar o adquirir; esto, encaminado a conocer sus valores, creencias, ideología, costumbres, prácticas, necesidades y expectativas. Ya que, a través de las mismas, se identificarán las diferencias y similitudes existentes. Debe diseñarse una estrategia que permita la integración, formación o surgimiento de una nueva cultura organizacional que fusione el capital humano de las partes de manera armónica y funcional.

Esto con lleva a proponer las siguientes estrategias: - Identificar la misión, visión y valores; así como los comportamientos clave. A través de la comparación entre las partes y diseñar las nuevas expectativas.

- Identificar a líderes formales e informales. (Aprendizaje en grupos)
- Realizar actividades de integración, motivando a los integrantes de la organización a compartir la manera en que viven los valores organizacionales en su ámbito personal, familiar, social y laboral. (Formación o preparación)
- Generar el equilibrio adecuado entre los activos tangibles y los intangibles: esto significa tener en consideración, desde el comienzo mismo, el capital organizacional (incluido el modelo de dirección y operación), el capital relacional (que incluye la relación con clientes y otros actores), y los empleados de las compañías que se van a fusionar.
- Liderazgo: constituir en el menor tiempo posible el nuevo grupo directivo de la organización para que pueda comenzar a poner en práctica la nueva visión y los nuevos valores. En México se debe iniciar el proceso que permita identificar los miembros capacitados para enfrentar dichas responsabilidades a través de la igualdad de género.
- Establecer si el adquirente financiero es también el adquirente cultural, es probable que la empresa quiera

retener a su gente en los puestos superiores. -Conservar grandes talentos de la organización adquirida, no sólo puede mejorar la eficacia de su empresa; también puede enviar un potente mensaje a otros miembros de la misma, sobre cómo serán tratados en la fusión.

La empresa adquirente necesita conocer el equipo de gestión de la empresa- objetivo y así lograr juzgar quiénes son los líderes más talentosos y después colocar a los mejores en el lugar adecuado.

Conclusiones

Con este avance de investigación, se pretende impulsar estrategias que permitan a las empresas mexicanas analizar los procesos de integración del capital humano, antes y durante el proceso de una fusión y/o adquisición; con el propósito de lograr una rápida y eficiente adaptación y evidenciar la importancia de la cultura organizacional dentro de este tipo de cambios.

En la mayoría de estas operaciones se subestima la importancia del capital humano entre las estrategias; siendo que este, es un factor predominante en el desarrollo y diseño de la nueva gestión administrativa y determinante para su éxito. El descuido del capital humano da como resultado la incertidumbre en los empleados participes; generando menor productividad y bajo desempeño laboral. A través del diseño de estrategias específicas se pretende identificar y eliminar las confusiones que se suscitan dentro del personal de las empresas, con estas medidas se pretende lograr un diseño eficiente que logre la implementación de una nueva cultura organizacional, a través de la cual se logre la adaptación con éxito.

Referencias Bibliográficas

Corona, María Adriana (2006). La cultura organizacional en la empresa mexicana en el contexto de la globalización. <http://www.gestiopolis.com/cultura-organizacional-delas-empresas-mexicanas/>

Arévalo, Ch. (2014) www.ceaamer.edu.mx/new/ae3/arh/Modulo3_3.pdf

Hernández, Angélica (2014) <http://www.elfinanciero.com.mx/power-tools/cultura-organizacional-exito-de-las-mipymes.html>

<http://www.elfinanciero.com.mx/power->



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

tools/cultura-organizacional-exito-de-las-mipymes.html

Harding, D. y Rouse, T. (2007)

<http://www.hacienda.go.cr/centro/datos/Articulo/El%20due%20diligence%20humano.pdf>

Lara, Juan (2016)

<http://www.elfinanciero.com.mx/monterrey/heineken-diversificara-su-estructura-organizacional-dentro>
<http://www.elfinanciero.com.mx/monterrey/heineken-diversificara-su-estructura-organizacional-dentro-de-mexico.html>

Daft, R. (2011).

Teoría y diseño organizacional. Paraninfo.

Davidson, K. (1985)

<http://www.redalyc.org/pdf/676/67628073007.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2010)

<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/>



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Ingeniería emocional: El impacto en investigaciones de las emociones individuales

Capital humano en las organizaciones

por

Ing. Jorge Pacheco Guzmán

Maestro Samuel Garrido Roldan

Tecnológico de estudios superiores de Coacalco

Correo: pachesoftware@gmail.com

Tel: 044 55 4584 1680

Correo garrido.samuel@gmail.com

Tel: 044 55 23943611



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Ingeniería emocional: El impacto en investigaciones de las emociones individuales

Resumen: *En este artículo se presenta el impacto que tienen los estudios sobre las emociones y cuestionando la utilidad de la inteligencia emocional y su evolución, así como el impacto de nuevos estudios sobre las emociones, el nacimiento de la ingeniería emocional y determinando su utilidad, detallando lo que puede involucrar, su uso y beneficios en la gestión de emociones, desglosando lo que hasta hoy implica, cuestionando y poniendo a discusión su implementación, y determinando sus beneficios. Este trabajo sirve de base para investigar las funciones emocionales y sus implicaciones con los desarrolladores web en México, limitándonos a la función que más se utiliza en esta rama de los servicios informáticos.*

Absrtact: *In this article the impact it has had Emotional Intelligence and Its Evolution, presenting new techniques and tools, as well as the birth of emotional engineering, detailing from the site may involve this New Tool, it is presented use and Benefits Emotions Management, detailing what today implications, challenging and Discussion Putting Do, and determining its benefits.*

Palabras clave: Emociones, Inteligencia emocional, Ingeniería emocional



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Introducción

La mente siempre ha intrigado a los investigadores, científicos y filósofos, y una de las interrogantes es saber y entender cómo funciona, comenzando a entender los elementos que conforman nuestras emociones. Desde Aristóteles hasta la actualidad se sigue investigando a la mente humana y los secretos que ha revelado disciplinas como la neurociencia, la psicología, neurobiología y otras ciencias que se decían al estudio de la mente y las emociones. En la actualidad estamos ante un mundo que está en constante cambio y transformaciones, Generando en el ser humano reacciones distintas que no se habían planteado antes, y nuestras acciones determinan si podemos adaptarnos o no a esos cambios.

El objetivo de este trabajo es estudiar la perspectiva de la ingeniería emocional y lo que implica, en el conocimiento de las emociones individuales que se tiene hasta el día de hoy. Nuestros pensamientos en nuestra actividad mental es dictada por nuestro cerebro, nuestro centro de procesamiento de información, no se trata de darle sentido a las emociones si no de comprender bien su origen y su gestión, en los últimos años los descubrimientos de la neurociencia han puesto al descubierto nueva información de cómo opera nuestro cerebro, es sorprendente tratar de entender como funcionamos, y como llegamos a sentir, el tratar de entendernos es una necesidad que ha tenido el hombre desde que comenzó a razonar.

Las emociones son el ingrediente activo que produce la acción, y determina lo que seremos y lograremos, las emociones no son del todo impulsos irracionales, tiene un porque y para qué.

Metodología

La metodología para este artículo es principalmente utilizando como fuente principal documentos y bibliografías, tratando de sacar la información de los documentos originales tal como el estudio de Thorndike de 1920, con el objetivo de determinar lo que ellos escribieron originalmente.

Las teorías y modelos para explicar el funcionamiento de las emociones y su gestión, así como optar por una visión más sistemática de este fenómeno, fue necesario adoptar un método interdisciplinario que surge como respuesta al avance del conocimiento global, tratando de respetar la interacción de los objetos de estudio de cada disciplina y lograr integrarlas.

Tomando en cuenta la perspectiva de otros investigadores y sus aportes en sus ramos, Se abordó la información a través del rastreo de documentos en formatos electrónicos normalmente de archivos disponibles en internet, procurando utilizar los archivos originales que se encontraron en portales de las universidades y revistas.

Investigación de la literatura

Aristóteles abordó el tema de las emociones desde tiempos muy remotos para Aristóteles la emoción está acompañada de placer y dolor, y estas a su vez perturban a la razón, las emociones y las pasiones también son parte de un tema muy abordado en la filosofía.

El dualismo de Rene Descartes

Por un lado, se refiere a nuestra esencia humana, que es una esencia pensante; al mismo tiempo que se refiere a la totalidad del compuesto humano y por tanto incluye también el cuerpo. Es decir, el hombre es una cosa que piensa y como tal cosa es también un cuerpo. ¡Para Descartes se da una distinción real entre mente y cuerpo, aunque forman una unidad, que es la que viene expresada por la noción de naturaleza, (Flóres Miguel). Descartes hizo la distinción entre mente y cuerpo, pero más adelante veremos cómo esta separación está más ligada de lo que descartes describió, fundamentada con los nuevos descubrimientos de la neurociencia.

Según esta postura, los estados y procesos mentales no son parte de un sistema físico, sino que constituyen un tipo específico de fenómeno de naturaleza esencialmente no física (Churchland, 1988). Según Descartes hizo más evidente la separación de cuerpo y mente denominándolos como dos entidades o sustancias como las llamo, ya que la mente solo tiene la acción de pensar y el cuerpo se



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

encuentra en un espacio, sin la acción del pensamiento y así descartes postulo el dualismo de la mente y cuerpo, este concepto es el arquetipo que derivo en más conceptos como su relación entre la mente y el cuerpo físico.

Los descubrimientos de Paul Broca (1824:1888). Comúnmente recordado por el hallazgo de diferentes áreas físicas de nuestro cerebro que pertenecen a diferentes funciones, es uno de los pioneros en el estudio del cerebro, también considerado como el cartógrafo del cerebro, con sus investigaciones para detectar el área del habla y sus aportaciones sobre la región límbica. Estos descubrimientos dieron origen a la localización dentro del cerebro, que más adelante dará fundamentos para entender de donde vienen las emociones y estudios posteriores del mapeo del cerebro y sus funciones.

Las investigaciones dieron forma a la manera de ver a la mente y se fueron desarrollando cada vez más tratando de darle sentido a nuevos conceptos que dieron origen al estudio de las emociones. Existen antecedentes sobre el inicio de la construcción del termino inteligencia emocional, con la aparición del termino inteligencia social, “Por la inteligencia social se entiende la capacidad de comprender y administrar los hombres y las mujeres, los niños y niñas a actuar sabiamente en las relaciones humanas”, (Thorndike, 1920). De esta forma se determina la inteligencia social como una capacidad para actuar o relacionarse con los demás de una forma apropiada y como una capacidad.

Para Wechsler (1939) la inteligencia es una capacidad global que tienen los individuos para actuar de manera intencionada, pensar racionalmente y adaptarse al medio, citado por (Martín, 2012). Entendiendo que la capacidad contiene un conjunto de propiedades y características que permiten desarrollarse en función de algo, sobre todo en nuestro entorno.

Hasta el año 1983 se creó la teoría de las inteligencias múltiples, con el trabajo de Grandner (1983) quien definió a la inteligencia como la capacidad de resolver problemas, o de crear productos, que sean valiosos en uno o más ambientes culturales, también definió que las personas tienen 8 tipos de inteligencias; Lingüística, Lógico matemática, Espacial o Visual, Musical, Corporal Kinestésica, Intrapersonal, Interpersonal y Naturalista. Las investigaciones aún continúan sobre más inteligencias, hasta este punto aun no aparece la inteligencia emocional, en la actualidad se está estudiando la novena inteligencia de Grandner, que es la inteligencia Existencial.

En el año 1985 uno de los primeros trabajos académicos con la tesis de Payne (1985) que incluyo el termino de inteligencia emocional en el título, en donde él nos define: “la inteligencia emocional implica una relación creativa con el miedo, el dolor y el deseo: estos estados se exploran en detalle y se ofrece orientación sobre la manera de relacionarse con ellos en formas emocionalmente inteligentes. (Payne, 1985). Describiendo la necesidad que existe de afrontar estos tres elementos, asumiendo que se pueden manejar de maneras inteligentes ya que usa el término creativo, son las bases para definir a la inteligencia emocional, pero hasta este punto solo se habla de inteligencia emocional y su relación creativa con estos elementos que son propios.

Hasta el año 1990 apareció otro estudio de dos profesores que mencionan otro significado de la inteligencia emocional: “Podemos definir la inteligencia emocional como el subconjunto de la inteligencia social que implica la capacidad para supervisar sus sentimientos y emociones propios y de otros, para diferenciar entre ellos y utilizar esta información para guiar el pensamiento y las acciones (Salovey & Mayer, 1990). Este trabajo ya aborda lo que son las emociones propias y la de otros, agregando más al concepto, incluyendo lo que es reconocer las emociones de los demás que más adelante se definirá como empatía, así como su propio modelo de inteligencia emocional.

El auge de la inteligencia emocional

En 1995 apareció una definición que iniciaría el auge del termino: “el conjunto de habilidades que hemos dado en llamar inteligencia emocional, habilidades entre las que destacan el autocontrol, el entusiasmo, la perseverancia y la capacidad para motivarse a uno mismo.” (Goleman, Inteligencia emocional por que es mas importante que el cociente intelectual, 2005). Con su libro Daniel Goleman popularizo el término de inteligencia emocional y agrego más elementos al concepto, así creando su propio modelo y ampliando lo que es el concepto.

El modelo de Goleman

En 1995 Goleman propone cinco factores o habilidades en la inteligencia emocional que son; Auto Conocimiento, tener conciencia de las propias emociones y saber reconocerlas cuando estas ocurren, sin



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

esta capacidad seríamos presa de nuestras emociones de forma incontrolada.

Autocontrol, Manejar las emociones propias, de forma que estas se expresen de manera correcta a través de la regulación de nuestras emociones.

Automotivación, Motivación intrínseca, las emociones generan movimiento, la autorregulación de ellas nos hace más eficaces en la búsqueda de objetivos, por eso es importante saber motivarnos.

Empatía, Reconocer las emociones de los demás, la empatía se basa en el conocimiento de las propias emociones, esto nos permite manejarnos con propiedad con los demás al identificar sus emociones.

Sociabilidad, El manejo de las relaciones. La capacidad de relacionarse con los demás y la habilidad de manejar las emociones de los demás, que nos permitirá interactuar de forma efectiva con los demás. (Goleman, 1995).

El modelo de Mayer y Salovey

Según Mayer & Salovey (1997) “la habilidad para percibir, valorar y expresar emociones con exactitud, la habilidad para acceder y/o generar sentimientos que faciliten el pensamiento; la habilidad para comprender emociones y el conocimiento emocional y la habilidad para regular las emociones promoviendo un crecimiento emocional e intelectual”, citado por (Fernández & Pacheco, 2005). Tiene algunas diferencias con el modelo de Goleman, pero la percepción de las propias emociones y el autocontrol o regulación de las emociones son factores que se encuentran entre los dos modelos.

La percepción emocional: la habilidad de identificar las primeras impresiones que detectan los sentidos propios y de los demás, así como la de los objetos, arte, historias, música y otros estímulos.

La facilitación o asimilación emocional: Hacerlas propias y poder generarlas para poder usarlas para comunicar sentimientos y poder utilizarlas en otros procesos cognitivos

La comprensión emocional: Comprender lo que se aprendió e incorporarla a los conocimientos previos, entender los significados emocionales ya que las emociones se combinan y evolucionan a través del tiempo.

La regulación emocional: Modular y ajustar las emociones propias y de otros, así como promoverlas. En los dos modelos se aborda lo que es la regulación de las emociones, un factor común para la gestión emocional. Estas ideas se conectarían con quien podemos considerar el pionero del abordaje científico y moderno de la psicología de la Inteligencia, tanto en sus aspectos teóricos como metodológicos, Charles. E. Spearman (1863-1945). En un trabajo previo, como puede apreciarse en Mora y Ruiz (1999), citado por (Mora Mérida, 2002). Entendiendo que los modelos actuales de inteligencia emocional tienen sus propios antecedentes y no es un término que en palabras de Daniel Goleman era relativamente nuevo.

Análisis comparativo de los aspectos emocionales de la Inteligencia en D. Goleman (1995) y C. E. Spearman (1923, 1927, 1930). Por (Mora Mérida, 2002)

| C. E. Spearman (1923, 1927 y 1930) | D. Goleman (1995) |
|--|--|
| Sensación Motora y Procesos Afectivos Pensamiento | Distinción entre Mente emocional y Mente racional |
| El Influjo de la experiencia sensitiva en la conducta inteligente | Valor de las primeras experiencias sensoriales en la inteligencia. |
| Aprendizaje de la Experiencia Afectiva -> Procesos Cognoscitivos | Experiencia e Inteligencia afectiva infantil y emocional |
| Asociación de los procesos afectivos con la estructura y función del pensamiento | Influencia de los procesos emocionales en el pensamiento |
| Control de la voluntad (Factor W) (yo activo controlado por la conación). | Control emocional. |
| <i>Sampling Theory:</i> Integrando lo físico y lo emocional | Equilibrio emocional y físico en el desempeño de las tareas |
| Factor H. (Cleverness factor: Capacidad de cambiar de tarea) | Flujo emocional, como facilitador del cambio de tarea |
| Sensatez emocional y Oresis como elementos centrales del equilibrio personal. | Equilibrio emocional para la adecuada realización de las tareas. |



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Fuente: Revista de Historia de la Psicología 2002, Vol. 23, No. 3-4 Artículo, Algunos antecedentes históricos de la inteligencia emocional por Juan Antonio Mora Mérida.

El concepto de inteligencia emocional de Goleman (1995) nació de la interrogante de por qué es más importante la inteligencia emocional que el coeficiente intelectual y por qué las personas menos preparadas llegan a tener más éxito que las que tiene un nivel intelectual más elevado.

El concepto de Inteligencia Emocional nació de la necesidad de responder al interrogante: ¿por qué hay personas que se adaptan mejor que otras a diferentes situaciones de la vida diaria? (Trujillo Flores, 2005) La pregunta sigue siendo la misma, ¿que nos hace diferentes? Y ¿que hace que unos sean mejores que otros?

Garndner (1989), aseguraba que los test de inteligencia de esa época, solo pueden medir la inteligencia matemática y lingüística, esto no le hace justicia a medir la inteligencia, ya que hay que idear formas de medirla con nuevos Test que pueda medirla de forma más justa. Pero el psicólogo Kauffman (2009) Aseguro que existen Test que mide la capacidad espacial, visual y manipulativa desde hace mucho tiempo.

Ingeniería emocional

Según el diccionario de la real academia española, la **Ingeniería** es un conjunto de conocimientos orientados a la invención y utilización de técnicas para el aprovechamiento de los recursos o para la actividad industrial.

En los años 70s Mitsuo Nagamachi en Japón desarrollo la ingeniería Kansei, el termino Kansei tiene un significado etimológico de sus silabas “Kan” que significa Sensación y la silaba “Sei” que significa sensibilidad, en palabras de su propio creador la ingeniería Kansei es: “un sentimiento o imagen psicológica del consumidor respecto a un nuevo producto” (Nagamachi, 2004).

Llevar las emociones a los productos, desde entonces el termino ha ido evolucionando como Ingeniería emocional es una disciplina en crecimiento, abordando la tecnología para diseñar productos que apelan a la emoción y la sensibilidad por la traducción de la sensibilidad humana y de las imágenes en los factores de diseño físico. (Shuichi, 2011). Hasta este punto la ingeniería emocional es la creación de productos que puedan ofrecer emociones en el cliente, pero hay que evidenciar que las emociones las genera el cliente que

consume estos productos, satisfacen la percepción emocional y psicológica de los clientes.

Por desgracia hay muchos autores que hablan de este término y aun es ambiguo, si bien el término aún no está claro, debemos de descomponer el término. Según (Calle, 2010) cada individuo tiene que ser su propio ingeniero emocional, abordando temas como instrucciones actitudes, ejercicios y técnicas.

Para Daniel Goleman y sus colaboradores definió "Las emociones destructivas son aquellas que dañan a los demás o a nosotros mismos" (Goleman, 2003).

En algún momento de la evolución afloró una consciencia elemental, acompañada de un funcionamiento mental sencillo. La progresiva complejidad de la consciencia desembocó en la posibilidad de pensar y, después, en la de usar el lenguaje para organizar y comunicar mejor los pensamientos. Para nosotros, entonces, en el principio estaba el organismo, y después el pensamiento; lo mismo nos vale hoy como individuos: cuando llegamos al mundo y nos desarrollamos, empezamos siendo, y sólo después pensamos. Somos, y después pensamos, y pensamos sólo en la medida que somos, porque las estructuras y operaciones del ser causan el pensamiento. (Damasio A. R., 1996). Él nos plantea que la zona del razonamiento se desarrolló como una extensión del sistema emocional, cuando se ha creído que la emoción está separada de la razón e incluso la razón es afectada por la emoción, este planteamiento que nos propone Damasio, cambia la forma de ver al razonamiento y a las emociones.

La comprensión de la neurobiología de la emoción y los sentimientos es clave para la formulación de principios y políticas capaces tanto de reducir las aflicciones como de aumentar la prosperidad de las personas (Damasio) La *Ingeniería Emocional* descubre que no existen emociones positivas o negativas, sino que todas las emociones son necesarias y beneficiosas. Cada una tiene una finalidad óptima. La clave para conectar con esos beneficios es utilizar las emociones acordes con los estímulos que las movilizan. (Merino , 2012). Aquí se encuentra la diferencia más notable entre inteligencia emocional e ingeniería emocional, no hay emociones destructivas o malas todas son benéficas y tiene un propósito.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Ingeniería de las emociones: Conocer las bases biológicas de las emociones y su relación con la razón y la conducta humana

Las emociones no son externas ni incorpóreas, tus emociones no son incorpóreas: son procesos organizados que involucran la circuitería de tu cerebro y la química de tu cuerpo. Como procesos organizados, sus pasos pueden identificarse en el mapa. Esto es lo que va a hacer posible que *actúe* sobre tus emociones (Fros Campelo, 2014) analizándolo con el pensamiento de un ingeniero, las emociones son el resultado de procesos que no podemos percibir, pero si ver su resultado, estos procesos forman a las funciones emocionales.

Para Federico Fros, La definición de funciones emocionales es que son como programas internos y que se activan gracias a un estímulo externo y a nuestra interpretación, y que las funciones emocionales no son las emociones, pero estas la conforman.

Las ocho funciones emocionales Más habituales según Federico Fros (2014) están alimentadas por un sistema de búsqueda, el cual es la base o el ingrediente de las funciones emocionales

La búsqueda de novedad: Su base es el sistema de búsqueda, su ingrediente principal, la curiosidad, el deseo, quiero, espero y necesito.

La búsqueda de certidumbre: es la base de nuestras creencias que condicionan nuestra interpretación, buscamos certezas para construir el terreno que pisamos y armamos modelos de la realidad.

La búsqueda de aprobación: Ser considerados queridos, ser reconocidos e incluidos.

El dolor: El no satisfacer lo que buscamos emocionalmente, se produce el dolor, por ejemplo, la aprobación, al no satisfacerla, se produce el dolor emocional por rechazo. *La replicación* promueve las emociones retributivas, tanto como el dolor, así como el placer.

La empatía: Reconocer la experiencia emocional de otros, así como sus intenciones.

La búsqueda de autosuficiencia: esta función te motiva a valerte por tus propios méritos e influir en los demás de tu entorno.

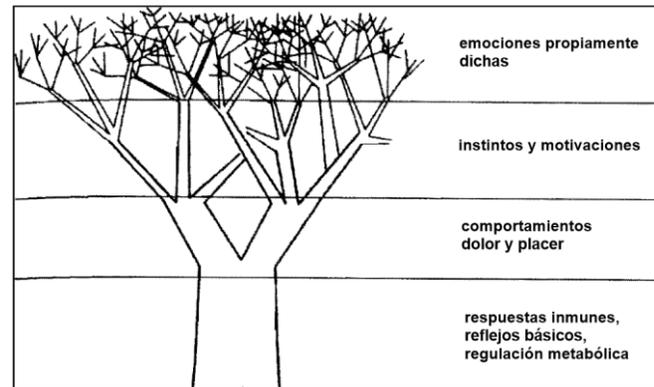
La comparación: Nos impulsa a auto superarnos y a coordinar destrezas en cada ámbito, pero mal manejada nos vuelve disfuncionales, inferiores, ambiciosos y muy competitivos.

Estas funciones fundamentan lo que sentimos y a su vez cómo nos comportamos e interactuamos con los demás en nuestro entorno, así es más sencillo poder interpretar emociones secundarias.

Emociones primarias y secundarias

Considero que las emociones son funciones biológicas del sistema nervioso, y creo que el descubrimiento de cómo están representadas en el cerebro nos puede ayudar a entenderlas. (LeDoux, 1999). Y efectivamente esto ayudara a clasificar a las emociones, para dividir las en emociones primarias y secundarias.

Como se generan las emociones a partir de las bases biológicas básicas como la respuesta inmune, los reflejos básicos y regulación metabólica.



Fuente el libro en busca de espinoza Neurobiología de la emoción y los sentimientos de antonio damasio 2005.

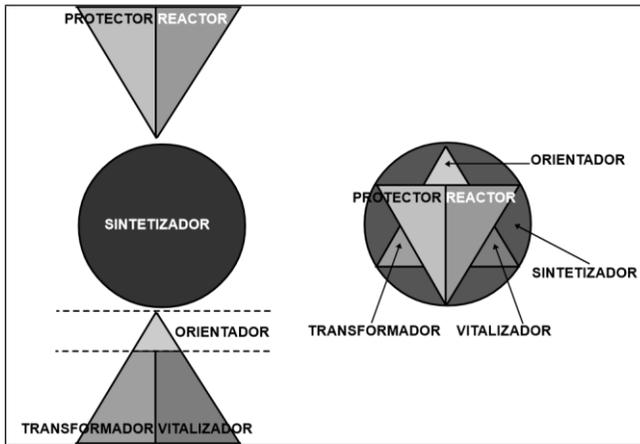
MAT (Metamodelo de Análisis Transformacional)

El Metamodelo de Análisis Transformacional lo describe su creadora Preciada Azancot Medina como Ingeniería Emocional y sensorial de la Estructura Básica de personalidad que está compuesta por siete dimensiones, como lo describe su autora.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”



Fuente Tomado de la página web de la creadora del modelo MAT <http://mat-cachet.com/>

El reactor: Su función es la *seguridad*. Alimentada por la emoción del *miedo* auténtico y conectada al sentido del tacto. Define el *Dónde* de las cosas y pone barreras y frenos a las amenazas a la integridad propia y ajena. Su palabra clave es “NO”. Rige el sistema neuroendocrino de las suprarrenales y los órganos que más influye son: sistema inmunológico, riñones, piel, glándula suprarrenal, nuca y cervicales, cerebro rético, sentido del tacto.

El protector: estructura cuya función es la *PERTENENCIA*. Alimentada por la emoción *AMOR* auténtico y conectada al sentido de la vista. Define el *Cuándo* de las cosas, evalúa alianzas y se entrega a redes de solidaridad. Su palabra clave es “SÍ”. Rige el sistema neuroendocrino de la hipófisis y los órganos que más influye son: hipófisis, corazón, pulmones, ojos, rostro, sentido de la vista.

El vitalizador: estructura cuya función es la *JUSTICIA*. Alimentada por la emoción *RABIA* auténtica y conectada al sentido del olfato. Define el *Cómo* de las cosas y percibe mentiras, agresiones, manipulaciones y reacciona sanamente. Su palabra clave es “Así”. Rige el sistema neuroendocrino del hígado y los órganos que más influye son: hígados, sistema digestivo total, sentido del olfato.

El transformador: estructura cuya función es la *CREACIÓN* transformadora y el crecimiento personal. Alimentada por la emoción *ORGULLO* auténtico y conectada al sentido del gusto. Define el *Porqué* de las cosas y su palabra clave es “Ser”. Rige el sistema neuroendocrino de la paratiroides y los órganos que más influye son: sistema óseo, cuerdas

vocales y voz, peso corporal, glándulas paratiroides y salivares.

El orientador: estructura cuya función es la *PLENTUD*. Alimentada por la emoción *ALEGRÍA* auténtica y conectada al sentido del sexo. Encuentra el sentido de la vida y su finalidad. Define el *Para Qué* de las cosas para orientarse hacia la verdad en libertad. Su palabra clave es “Estar”. Rige el sistema neuroendocrino del páncreas y de las glándulas sexuales y los órganos que más influye son: sistema reproductor, psique, glándula pancreática, sentido de la orientación, cerebro derecho y de la sexualidad.

El Sintetizador: estructura cuya función es el *DESARROLLO*. Alimentada por la emoción *TRISTEZA* auténtica y conectada al sentido del oído. Es garante de la inteligencia y de la claridad mental. Define y busca lo útil de las cosas para cuidar lo vivo y desechar lo inservible. Su palabra clave es “Qué”. Rige el sistema neuroendocrino de la tiroides y los órganos que más influye son: sistema circulatorio sanguíneo y linfático, oídos, cerebro izquierdo y coordinación con el cerebro derecho, glándula tiroidea y sentido del oído.

El centro: estructura cuya función es la *EVOLUCIÓN INTEGRAL* de la especie. Debe permanecer vacía de mitos, arquetipos, magias, tópicos y supersticiones que puede recibir de todas las estructuras. Vaciar de toda presencia y emoción este Centro es el garante de la armonía, limpieza, inocencia, autenticidad, calidad, y pureza de toda la estructura para permitir la adquisición de nuevas dimensiones y estructuras durante la evolución de la especie. Su palabra clave es “Tú”.

Discusión

Según Robbins & Judge (2009) El concepto de inteligencia emocional es atractivo intuitivo, Predice criterios que importan, tiene bases biológicas, pero es un concepto demasiado vago, es difícil de medir, su valides aun es sospechosa.

La inteligencia emocional se quedó paralizada, está muy estudiada pero no ha dado grandes avances que otros investigadores están realizando, como el **Metamodelo de Análisis Transformacional de la Doctora Preciada**



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Azancot.

Realmente la inteligencia emocional está limitada a solo el entendimiento de los modelos propuestos en ella, estos modelos son una referencia para crear herramientas que nos pueden servir para cambiar nuestra forma de gestionar emociones, y comprender aún más lo que sentimos y como reaccionamos, si bien la ingeniería emocional está desarrollándose, pero sus conceptos prometen mucho, sus modelos abarcan mucho más que solo las emociones superficiales.

El comprender mejor como nacen nuestras emociones, se puede crear mejores mapas emocionales, herramientas y modelos que nos ayuden a comprender de mejor manera como sentimos y por qué lo sentimos.

La ingeniería emocional supera por mucho a la inteligencia emocional, ya que abarca desde su base biológica hasta las emociones más complejas que un individuo puede llegar a sentir. Las emociones no son lo que nos impulsan a actuar, la razón es parte de las emociones no la contraparte.

Así como las emociones que son destructivas, para la ingeniería emocional son emociones benéficas, pero comprendidas de una manera errónea, estas son tan necesarias como las emociones que son benéficas o producen placer.

Resultados

Inteligencia emocional no es un término nuevo como Daniel Goleman lo anuncio.

La fama de la inteligencia emocional despertó demasiado el entusiasmo por este término entre los investigadores y esto provoco que la atención en esta capacidad de gestión de emociones se estancara.

La inteligencia emocional solo es una parte que estudia esa capacidad en las emociones, y queda superada por la ingeniería que no solo estudia esa capacidad, si no como se originan estas emociones y cómo evolucionan. La ingeniería emocional aborda el origen de las emociones como los ingredientes activos de una fórmula que se convertirá en una sustancia más compleja, visto desde el punto de vista de un informático, son subprocesos que a su vez trabajan conjuntamente para crear procesos y estos procesos en

funciones, y estas funciones interactúan entre sí para crear programas más complejos.

Ingeniería emocional - Ciencias de apoyo

- Psicología
- Neurociencia conductual
- Neurociencia cognitiva
- Neurociencia afectiva
- Neurociencia social
- Percepciones Construcción cerebral de la realidad
- Procesamiento Consiente inconsciente
- Procesamiento Emocional – Racional

Conclusión

La ingeniería emocional no es un término de moda, o ciencia que nace y se evapora realmente tiene fundamentos muy sólidos, que cambiaran nuestra perspectiva de como vemos las emociones humanas.

Abarca mucho, no solo desde la perspectiva individual, aún falta por desarrollar más la ingeniería emocional, se fundamenta en las emociones individuales porque estas son las que afectan el comportamiento de cada individuo y el comportamiento individual influye mucho en el comportamiento a nivel moral, ético, social y cultural.

Los beneficios de entender aún más las emociones, desde su origen hasta su estado final, es conocer todo ese proceso, que produce la emoción, información que nos permitirá crear nuevas herramientas de gestión emocional o modelos, ya que cada individuo es distinto, pero todos somos gobernados por el mismo elemento que son nuestras emociones.

Realmente la inteligencia emocional es un término muy ambiguo como menciona Robbins & Judge (2009), es muy complicado medir, y ya no cuenta con más elementos para para desarrollarse, está limitada a ser solo una capacidad para gestionar emociones y sus dos modelos más importantes solo son para gestionar las emociones más eficientemente. Si bien las neurociencias han aportado muchísimo para el entendimiento de los procesos emocionales y seguirán aportando, la relación biológica, estos datos.

La inteligencia emocional quedo superada por la ingeniería emocional, que ofrece más elementos y mucho más contundentes sobre el entendimiento de las emociones, no solo abarca la gestión de las emociones si no todo el proceso



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

desde su la aparición de esos procesos subconscientes hasta el estado final de la emoción y su relación con el razonamiento.

Referencias bibliográficas

- Calle, R. A. (2010). Ingeniería emocional. Grupo Planeta.
- Damasio, A. (s.f.). En busca de Ezpinosa.
- Fernández, B., & Pacheco, E. (2005). La inteligencia emocional y la educación de las emociones desde el modelo de Mayer y Salovey. *Revista universitaria de Formación del Profesorado*, 63-93.
- Flóres Miguel, C. (s.f.). Descartes. Madrid: Credos. Fros
- Campelo, F. (2014). Mapas Emocionales. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Vi-Da Global.
- Garndner, H. (1994). Estructuras de la mente, Teoría de las inteligencias múltiples. Mexico DF: Fondo de cultura económica.
- Goleman, D. (2003). Emociones Destructivas como entenderlas y superarlas. Kairos.
- Goleman, D. (2005). Inteligencia emocional por que es más importante que el cociente intelectual. Mexico DF: Vergara.
- LeDoux, J. (1999). El cerebro emocional. Buenos aires: Planeta Argentina, S.A.I.C.
- Manes, F., & Niro, M. (2014). Usar el Cerebro. Madrid: Paidós Contextos.
- Martín, j. M. (2012). The Bellevue Intelligence Test (Wechsler, 1939). *Historia de la Psicología*, 49-66.
- Merino, A. (2012). Haz que cada mañana salga el sol. ALIENTA.
- Mora Mérida, J. (2002). Algunos antecedentes Historicos de la inteligencia emocional. *Revista de Historia de la Psicología*, 515-528.
- Payne, W. (1985). Tesis Doctoral, Emotions and Emotional Intelligence.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson Prentice Hall.
- Salovey, P., & Mayer, J. (1990). *Emotional Intelligence*. Baywood Publishing Co., Inc.
- Shuichi, F. (2011). *Emotional Engineering*. New York: Springer.
- Thorndike, E. (1920). Intelligence and its uses. *HARPER'S MONTHLY MAGAZINE*, 228.
- Trujillo Flores, M. M. (2005). Origenes, evolución y modelos de inteligencia emocional. *INNOVAR Revista de ciencias administrativas y sociales*.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

**Afectaciones a los trabajadores por la falta de incorporación al IMSS en el
Noroeste del Estado de México**

Área Temática: Mesa 2. Capital humano en las organizaciones

Autores:

Blanca Estela Hernández Bonilla

Adriana Mercedes Ruiz Reynoso

Esperanza Cotera Regalado

Universidad Autónoma del Estado de México

behernandezb@uaemex.mx, amruizr@uaemex.mx, ecoterar@uaemex.mx

015929245405



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Afectaciones a los trabajadores por la falta de incorporación al IMSS en el Noroeste del Estado de México

Resumen: En la actualidad nuestro país ha sufrido múltiples deficiencias en la seguridad social en términos de desintegración institucional, cobertura, financiamiento, calidad en los servicios, duplicidad de programas públicos, beneficiarios entre otras. Estas irregularidades se atañen, porque el esquema de seguridad social se creó a partir de una conexión favorable entre la dinámica del mercado de trabajo y el propio sistema en las instituciones, lo que hacía pensar en un crecimiento económico y generación de empleo formal.

Sin embargo, se ha visto afectada la economía mexicana por cambios estructurales ya que a partir de los años ochenta y su desempeño en las décadas posteriores se quebrantó la relación en dos factores importantes, el mercado de trabajo y el sistema vigente, lo que hace necesaria una aplicación de reforma sobre la seguridad social para alcanzar la cobertura universal, la integración institucional, el acceso efectivo y la sustentabilidad financiera.

Es esta investigación se presenta un análisis de los factores que conlleva a el área manufacturera del plástico del Nororiente del Estado de México a no proporcionar a sus empleados un buen sistema de seguros del organismo público denominado Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) que por ley federal del trabajo les corresponden, en materia de invalidez, vejez, cesantía y financiamiento para adquirir una vivienda. Las cifras son preocupantes debido a que los empleados que laboran en estas empresas en su mayoría no cuentan con este tipo de prestación.

Abstract: Today our country has undergone multiple impairments in social security in terms of institutional disintegration, coverage, financing, quality services, duplication of public programs, beneficiaries and others. These irregularities concern, because the social security scheme was created from a favorable connection between the dynamics of the labor market and the system itself in the institutions, which suggested economic growth and generation of formal employment.

However, it has affected the Mexican economy by structural changes as from the eighties and performance in later decades the relationship in two important factors, the labor market and the current system is broken, making it necessary application on social security reform to achieve universal coverage, institutional integration, effective access and financial sustainability.

Is this research an analysis of the factors leading to the manufacturing area plastic Nororiente State of Mexico will not provide its employees with a good insurance system public body called the Mexican Social Security Institute (IMSS) is presented by law they correspond federal work, in respect of invalidity, old age, unemployment and financing to buy a home. The figures are worrying because only 14% of employees in the company has this type of insurance.

Palabras claves: Ley Federal del Trabajo, IMSS, Financiamiento, Seguridad Social, Desintegración institucional.

Introducción

El sistema de seguridad social actual en México presenta anomalías importantes relacionadas con la fragmentación, desarticulación y deficiencias en la coordinación institucional, la duplicidad de programas públicos y de beneficiarios, la pérdida en el aprovechamiento de economías de escala como resultado de la desintegración del sistema, la cobertura condicionada por el estatus laboral y la persistencia de grupos de población sin acceso, las dificultades para afianzar la sustentabilidad financiera del sistema (en particular los sistemas de pensiones), la dispersión e ineficiencia en la asignación y administración de los recursos financieros, materiales y humanos, y las diferencias en las prestaciones sociales y en la calidad de

los servicios de los distintos esquemas que propician regresividad en el sistema y desigualdad económica y social del país (BM, 2005; CEEY, 2012; Ibarra, 2012; ISSA, 2013; Lomelí, 2007; Martínez et al., 2015, OCDE, 2012; OIT, 2015; Narro et al., 2010; Scott, 2005; Valencia et. al, 2012).

Los datos demográficos actuales permiten proyectar un crecimiento sostenido de la tasa de dependencia en el futuro (Lomelí, 2015).

Ante estas circunstancias, algunos especialistas advierten el fracaso del sistema de seguridad social vigente (Scott, 2005) o que, en sentido estricto, México carece de un sistema de seguridad social por la falta de una cobertura universal y de prestaciones sociales integrales (Narro et al., 2010).



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Desde la construcción del Estado de Bienestar en el siglo XX en México, la seguridad social ha sido una de las estrategias institucionales más importantes para enfrentar las anomalías de los mercados y las afectaciones económicas. En ese sentido, la protección al ingreso es una función esencial de la seguridad social que permite al Estado reemplazar parte de los ingresos perdidos como consecuencia de la jubilación, invalidez, desempleo, etc., y con ello reducir los niveles de desigualdad y pobreza. La seguridad social se encuentra considerada como un derecho en la Declaración Universal de los Derechos Humanos (ONU, 1948) que nuestro país ha suscrito. Dicho documento establece en su artículo 22 que:

Toda persona, como miembro de la sociedad, tiene derecho a la seguridad social, y a obtener, mediante el esfuerzo nacional y la cooperación internacional, habida cuenta de la organización y los recursos de cada Estado, la satisfacción de los derechos económicos, sociales y culturales, indispensables a su dignidad y al libre desarrollo de su personalidad.

Asimismo en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM) se reconocen explícitamente algunos derechos sociales, como el de la protección de la salud, a recibir educación, a disfrutar de vivienda digna y decorosa, al trabajo digno y socialmente útil, entre otros (artículos 3o, 4o y 123). No obstante las referencias explícitas en la CPEUM, no se incluye a la seguridad social como un derecho social en sentido universal sino únicamente como un derecho de los trabajadores asalariados y sus familias.

El Seguro de Retiro, Cesantía en Edad Avanzada y Vejez del Seguro Social, es el seguro mediante el cual se busca otorgar pensiones más dignas, ya que cuenta con un sistema transparente en el que el trabajador, al ser propietario de los recursos de su cuenta individual para el retiro, nunca pierde las aportaciones hechas por él mismo, así como las que en su favor hagan el patrón y el Gobierno.

En la ley de Seguro Social (ley de Seguro Social, 1995) en el artículo 152. Establece:

Los riesgos protegidos por este capítulo son el retiro, la cesantía en edad avanzada y la vejez del asegurado, así como la muerte de los pensionados por este seguro, en los términos y con las modalidades previstas en esta Ley. Así como también el artículo 153 del mismo documento (ley de Seguro Social, 1995) establece:

El otorgamiento de las prestaciones contenidas en este capítulo requiere del cumplimiento de períodos de espera medidos en semanas de cotización reconocidas por el Instituto, conforme se señala en las disposiciones relativas a cada una de los ramos de aseguramiento

amparados. Las semanas de cotización amparadas por certificados de incapacidad médica para el trabajo, expedidos o reconocidos por el Instituto, serán consideradas únicamente para el otorgamiento de la pensión garantizada que en su caso corresponda.

En los artículos antes mencionados se puede decir que aunque la inscripción de los trabajadores a las instituciones de seguridad social es una obligación para los empleadores, no todos los sujetos obligados cumplen con la disposición, o se realizan prácticas deliberadas de evasión o interrupción en el registro, en especial en el IMSS, lo que da pie al surgimiento de trabajadores asalariados informales.

Levy (2008) advierte que muchas empresas llevan a cabo prácticas ilegales (como registrar sólo a una parte de sus trabajadores en el sistema de seguridad social, rotar temporalmente el registro de los trabajadores y registrarlos con salarios menores), como parte de sus estrategias de evasión para ahorrar costos y así mejorar su competitividad.

Estas prácticas son una respuesta “racional”, según Levy (2008), a un sistema de incentivos configurado por la legislación fiscal y de seguridad social y por las políticas de protección social.

Quizá, más bien, las empresas aprovechan las deficiencias del sistema institucional, la impunidad y los bajos costos derivados del incumplimiento de la normatividad, y estas prácticas, en realidad, encubren una falsa rentabilidad y competitividad de las empresas, cuyos proyectos de negocio no serían rentables ni sustentables en circunstancias de un estricto Estado de derecho.

Teoría del dominio y trabajos previos

Son pocos los trabajos que realmente se han realizado con respeto en nuestro país, ya que siempre ha sido tema de gran controversia.

Uno de las aportaciones de impacto es la emitida en la Conferencia Internacional del Trabajo, al abarcar la seguridad social todas las medidas relacionadas con las prestaciones, en efectivo o en especie, encaminadas a garantizar una protección en determinados casos; por ejemplo, la falta de ingresos laborales (o ingresos laborales de trabajo, desempleo, vejez o muerte de un miembro de la familia; la falta de acceso, o acceso a precios excesivos, a la asistencia médica; un apoyo familiar generalizada, y la exclusión social,⁵ se vale de diversos medios, siendo uno de ellos el seguro social (Martinez,2015) .

Igualmente, para (Almansa Pastor,1973) existe una marcada diferencia entre los términos “seguro social” y “seguridad social”, pues dice que el primero tiende a



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

reparar las consecuencias de eventos previstos (y sólo en cuanto hayan sido previstos; es decir, asegurados con antelación), siempre que se trate de necesidades de concreción individual y de posible evaluación económica.

Por ello. Se considera que el término “Conflictos individuales de seguridad social”, previsto en la actual Ley Federal del Trabajo, debiera sustituirse sociales”, pues este último es el que se ajusta a lo dispuesto en el artículo 899A del código obrero, cuyo único objeto es regular el reclamo de prestaciones en dinero y en especie derivadas de los diversos seguros que componen el régimen obligatorio del seguro social, y de aquellas que conforme a la Ley del Seguro Social y la Ley del Infonavit, con sus respectivos reglamentos, deban cubrir el Instituto Mexicano del Seguro Social, el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores y las administradoras de fondos para el retiro, así como las que resulten aplicables en virtud de contratos colectivos de trabajo o contratos-ley, lo cual de ninguna manera refleja el alcance y con tenido de la anhelada seguridad social.

(Martínez, 2015)

Originalmente, el esquema de prestaciones operaba bajo un régimen de cuotas y administración tripartita: empleadores, trabajadores y Estado, y estaba dividido en cuatro ramos de seguros:

- Enfermedades y maternidad
- Invalidez, vejez, cesantía en edad avanzada y muerte
- Riesgos de trabajo
- Guarderías

Los ramos antes mencionados se diseñaron como un esquema de capitalización parcial, en el cual permitió la baja relación de pensionados-contribuyentes la generación de una reserva que fue utilizada para financiar la creación de infraestructura del IMSS, así como para subsidiar otros programas deficitarios, como el de enfermedades y maternidad.

Metodología

El presente estudio comprende las microempresas ubicadas en el nororiente del estado de México, dedicadas a la industrialización del plástico (PET), con la finalidad de analizar las condiciones de los trabajadores en cuanto a la prestación de la seguridad social a que tienen derecho de acuerdo con lo establecido en la Ley Federal del Trabajo y lo estipulado en la Ley de Seguro Social.

Esta investigación es de carácter cuantitativo, descriptivo y transversal, se consideró una muestra en las

empresas del municipio de Nopaltepec, a través de un cuestionario aplicado a los empresarios y a los empleados de dichas microempresas, con el propósito de medir las condiciones laborales de los empleados en cuanto a la seguridad social

En el estudio participaron 102 trabajadores y 20 empresarios del municipio de Nopaltepec Estado de México.

Los factores que miden la falta de seguridad social a los empleados de las microempresas dedicadas a la industrialización de plástico.

1. La escases de trabajos en la zona
2. Los salarios bajos
3. La cualificación de los empleados en la microempresas de plástico en Nopaltepec Estado de México.
4. La estabilidad laboral de los trabajadores en las microempresas.
5. La capacitación para los empleados por parte de la empresa.
6. Las condiciones laborales en general en estas microempresas.

El cuestionario aporta una medida de cuatro estilos de liderazgo que puede adoptar el jefe, cada uno de los cuales se compone a partir de dos dimensiones de conducta. En base a ello, los dos sub-factores del instrumento que medirán simultáneamente el liderazgo del jefe son:

- a) Nivel de intercambio de información
- b) Nivel de participación en la toma de decisiones

Confiabilidad y validez del instrumento de medición.

Para validez el instrumento de medición de la recolección de datos se debe reunir como mínimo los siguientes requisitos la confiabilidad y validez.

Se aplicó el test de confiabilidad de cada dimensión analizándolo través del paquete estadístico SPSS.

Resultados

Las encuestas reflejaron los siguientes resultados, se observan en la tabla No. 1 que el 64% de la población total de los trabajadores son del género masculino, mientras que el restante 36% corresponde al género femenino.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Tabla No. 1 “Género Trabajador”

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Masculino | 84 | 82.4 | 82.4 | 82.4 |
| Femenino | 18 | 17.6 | 17.6 | 100.0 |
| Total | 102 | 100.0 | 100.0 | |

Fuente: Elaboración propia obtenida mediante SPSS

En la tabla No. 2 el 73.5%, representan edades de entre 18 y 33 años, lo que indica que la mayoría del personal contratado en las Pymes de la industria metalmecánica son personas jóvenes.

El siguiente rubro de análisis son las condiciones laborales del personal operativo, de lo cual destaca un escenario no favorable en torno a su cualificación o grado de estudios, no reciben capacitación y su estabilidad laboral es medianamente considerada. Sin duda, esta variable refleja en términos generales condiciones laborales precarias, representando a 65 trabajadores de cada 100, no obstante, 3.5 de cada 10 de ellos manifiesta tener condiciones laborales bajas, entre ellas se identifica nulas prestaciones laborales, ni contratación laboral formal, sin una relación de comunicación adecuada (ver Tabla No. 2). Esto se corresponde con los indicadores a nivel nacional entorno a la precariedad laboral que se presenta con mayor intensidad en las empresas de pequeña escala.

Tabla No. 2 “Edad Trabajador”

| Tabla No. 2 Condiciones generales del personal operativo | | | | |
|--|-------------------|-------------------------|------------------|---------------------------|
| Nivel | Cualificación (%) | Estabilidad laboral (%) | Capacitación (%) | Condiciones laborales (%) |
| Adecuadas | 14.0 | 3.5 | 0.0 | 0.0 |
| Medias | 73.7 | 57.9 | 19.3 | 65.0 |
| Bajas | 12.3 | 38.6 | 80.7 | 35.0 |

Fuente: Elaboración propia con base a encuestas.

Fuente: Elaboración propia obtenida mediante SPSS

Los resultados que se obtuvieron para determinar la estabilidad laboral de los trabajadores en las microempresas del municipio de Nopaltepec se integró

por la cualificación, la estabilidad laboral, la capacitación y las condiciones laborales del personal operativo.

A. En relación a la cualificación de los trabajadores en las microempresas:

Derivado de los resultados obtenidos se puede observar en la Tabla No. 2 referente a la cualificación que únicamente el 14% cuenta con estudios adecuados, el 73.7% corresponde a una cualificación media y el 12.3% cuentan con un nivel bajo.

B. Referente a la estabilidad laboral de los trabajadores en las microempresas:

Derivado de lo anterior se muestra que solo el 3.5% de los trabajadores que laboran en las microempresas del municipio de Nopaltepec cuenta con una estabilidad laboral adecuada, un 57.9% cuenta con una estabilidad laboral media y un 38.6% baja.

Dentro de este rubro se considera a la seguridad social como uno de los factores a evaluar reflejando que de 100 personas que laboran en estas empresas únicamente 2 cuentan con la estabilidad laboral adecuada dejando a 98 sin el beneficio de la prestación social.

C. Referente a la capacitación de los trabajadores en las microempresas:

Como resultado de la capacitación que reciben los trabajadores únicamente el 19.3% reciben capacitación media para el desarrollo de sus actividades, mientras que el 80.7% no se capacitan.

Cabe mencionar que el 0% de los trabajadores tiene una capacitación adecuada dentro de estas microempresas.

D. Referente a las condiciones laborales en general de los trabajadores en las microempresas:

Se reportan como resultados de la investigación que el 0% cuentan con condiciones laborales adecuadas, mientras que el 65% son condiciones laborales medias y con un 35% con condiciones laborales bajas.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Discusión

De manera general las microempresas del municipio de Nopaltepec de la industria del plástico, no registran a sus trabajadores ante el IMSS, por lo tanto se perjudica de forma directa a una prestación que tiene derecho el trabajador por ley.

Las microempresas del municipio antes mencionado, no proporciona capacitación a sus empleados para fortalecer el desempeño de sus actividades.

La estabilidad laboral de los trabajadores en las microempresas dedicadas a la industrialización de plástico es precaria.

Lo cual conlleva que se afecte a los empleados de las microempresa y a su vez al Instituto Mexicano del Seguro Social IMSS, ya que al no realizar las contribuciones reales de los trabajadores no obtienen ingresos para brindar un mejor servicio al derechohabiente.

Conclusiones y trabajos futuros

La finalidad de conocer la realidad de la prestación que tienen los trabajadores referentes a la seguridad social en las microempresas del municipio de Nopaltepec, Estado de México, en el giro de la industrialización del plástico.

Siendo una prestación que marca la Ley del Seguro Social como un beneficio para los trabajadores, sin embargo, en la zona de Nopaltepec, Estado de México los empleados de las microempresas no les proporciona esta prestación debido a que los patrones no realizan el registro ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) o rotando al personal de forma temporal, también se presenta el problema de que los registran con el salario mínimo o salarios inferiores a los que perciben, ocasionando perjudicar a los empleados y a sus familia ya que sin esta prestación no cuentan con la atención médica, no pueden acceder a un crédito para la vivienda y no existen cotizaciones para su pensión. Por otra parte está el riesgo en el trabajo en caso de accidentes o incapacidades.

Estas estrategias que utilizan los empresarios para no registrar a los trabajadores ante el IMSS lo hacen con la finalidad de disminuir sus costos, sin embargo, no se percatan del daño que ocasionan directamente a su capital humano.

Referencias bibliográficas

Federación, D. O. (21 de Diciembre de 1995). LEY DEL SEGURO SOCIAL. Obtenido de Nueva Ley publicada en el :

<http://www.imss.gob.mx/sites/all/statics/pdf/LSS.pdf>

HUMANOS, D. U. (s.f.). DECLARACIÓN UNIVERSAL DE DERECHOS HUMANOS. Obtenido de <http://www.un.org/es/documents/udhr/>

Martínez Martínez, V. L. (2015). CONFLICTOS INDIVIDUALES DE SEGURIDAD SOCIAL. DESACIERTOS E INCOMPETENCIA EN SU RESOLUCIÓN. Obtenido de Revista Latinoamericana de Derecho Social: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1870467015000202>

Martínez Soria, J., & Cabestany Ruiz, G. (2016). La reforma de la seguridad social en México frente a los desequilibrios del mercado de trabajo. Obtenido de Economía Informa: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0185084916000177>

Ley Federal del Trabajo, Diario Oficial de la Federación, 1o. de abril de 1970. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/cpeum.htm>, consultada el 10 de diciembre de 2014.

Ley Federal del Trabajo, <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>, consultada el 14 de diciembre de 2014.

Almansa Pastor, José Manuel, *Derecho de la seguridad social*, Madrid, Tecnos, 1973, p. 72

Scott, J. (2005), “Seguridad social y desigualdad en México: de la polarización a la universalidad”. *Bienestar y política social*, vol. 1, No. 1, pp. 59-82, Centro de Investigación y Docencia Económicas, México.

Lomelí, V. (2007), “Los sistemas públicos de salud en México: necesidad social y viabilidad económica de transitar de la segmentación a la cobertura universal”. *Revista de Seguridad Social*, 48.

Lomelí, V. (2015), “La reforma inconclusa de la seguridad social” en Martínez (coord.), en *Situación actual y reforma de la seguridad social en México*. Instituto Belisario

Domínguez, Senado de la República, México.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Área temática 3

EL EMPRENDEDOR Y SU PROSPECTIVA EMPRESARIA



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Prácticas mercadológicas en las MiPyMes establecidas en el Pueblo Mágico de Cuetzalan del Progreso

Área temática.

El emprendedor y su prospectiva empresarial

Nombre completo de autor(es).

**Sosa Larrainzar Evelyn Biviano Pérez
Emma
García Sánchez Avelina**

Cuerpo Académico al que pertenece:
Desarrollo de Negocios.

Institución de procedencia.
Universidad Tecnológica de Puebla

Número(s) telefónico(s) y Correo(s) electrónico(s).

Sosa Larrainzar Evelyn 2224749759
Biviano Pérez Biviano 2224422800
García Sánchez Avelina 2225803116

evelyn.sosa@utpuebla.edu.mx
emma.biviano@utpuebla.edu.mx
avelina.garcia@utpuebla.edu.mx



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Prácticas mercadológicas en las MiPyMes establecidas en el Pueblo Mágico de Cuetzalan del Progreso

Resumen: A través de la mercadotecnia se desarrollan actividades que cada vez son importantes para cualquier empresa en la conceptualización, comercialización de sus productos y satisfacción del cliente, todo ello provoca que la empresa tenga que cambiar para adaptarse a las características del medio ambiente Montaño (2005), en el presente trabajo se describen los resultados de la investigación de las prácticas mercadológicas que realizan las Micro, Pequeñas y Medianas empresas establecidas en el la localidad de Cuetzalan del Progreso, del Estado de Puebla para con de sus productos y servicios tales como: identificación de su producto, estacionalidad de ventas, modificaciones al producto, uso de medios de promoción y publicidad, posicionamiento, identificación de competencia, registro de marcas y patentes, valoración de proveedores, programación de compras y ventas, todo ello en el entendido de que uno de los objetivos de la implementación del Programa de Pueblos Mágicos es fortalecer el sector empresarial de la localidad y, en este caso observando que la afluencia del turismo es punto clave para detonar las actividades locales no solo de impacto a nivel local sino a escala, considerando que el turismo representa la posibilidad también de crear fuentes de empleo, crecimiento de los mercados sin dejar de preservar la riqueza natural y cultural de la región.

Es importante mencionar que este programa se ha implementado en 111 localidades que han recibido el nombramiento de Pueblos Mágico en el período de 2001 a 2015 y sería deseable conocer el comportamiento de este tema a nivel nacional.

Abstract: Through the marketing activities that are increasingly important for any company in the conceptualization, marketing of their products and customer satisfaction, all this means that the company has to change and adapt to the characteristics of the environment Montaño (2005), in the present work describes the results of the investigation of the practices mercadológicas that perform the Micro, Small and Medium-sized enterprises established in the town of Cuetzalan of progress, of the State of Puebla to with their products and services such as: identification of your product, seasonality of sales, modifications to the product, use of means of promotion and advertising, positioning, identification of competition, registration of trademarks and patents, valuation of Suppliers, programming of purchases and sales, all this in the understanding that one of the objectives of the implementation of the Program of Magical villages is to strengthen the entrepreneurial sector of the locality and, in this case, noting that the influx of tourism is key point to detonate local activities not only impact at the local level but to scale, considering that tourism represents the possibility also to create sources of employment, growth of markets while preserving the natural and cultural richness of the region.

Is important to mention that this program has been implemented in 111 localities that have received the appointment of magical peoples in the period from 2001 to 2015 and It would be desirable to know the behavior of this subject at the national level.

Palabras clave: MiPyMes, Mercadotecnia, Programa Pueblos Mágicos

Introducción

Integralmente el crecimiento del sector turístico a nivel mundial así como la promoción de este ramo ya que se encuentra bien posicionado en el segmento de sol y playa, sin embargo cuenta con muchas otras opciones como el turismo cultural, ecoturismo y aventura, de salud, deportivo, de lujo, de negocios o de cruceros, ofrecen la oportunidad de generar también derrama económica (Gobierno, 2013).

El turismo como actividad perteneciente al sector servicios, representa una gran posibilidad de crear trabajos, incrementar los mercados donde se desarrollan las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMes), y desde luego la necesidad de preservar la riqueza natural y cultural de los países en que se destaca.

Por otra parte es indispensable consolidar el modelo de desarrollo turístico sustentable y se requiere fortalecer el impacto del turismo en el bienestar social de las comunidades receptoras, para mejorar las condiciones de vida de las poblaciones turísticas (Gobierno, 2013)



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Al respecto existen políticas públicas que a través de diferentes Programas Regionales impulsan aquellos proyectos turísticos que, por sus beneficios inmediatos de recuperación de inversión y fuerte crecimiento de su demanda, se han considerado como exitosos (Turismo, 2014).

Por mencionar algunos programas implementados por el gobierno federal para el impulso del desarrollo regional:

- Mundo Maya
- Tesoros Coloniales
- Pueblos Mágicos
- México Norte
- En el Corazón de México
- Ruta de los Dioses
- Centros de Playa
- Mar de Cortés-Barrancas del Cobre

Abordando específicamente la implementación del programa institucional Pueblos Mágicos nace en 2001, coordinado por la Secretaría de Turismo con la colaboración de instancias estatales y municipales, que contribuyen a revalorar un conjunto de poblaciones el país, que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros (Turismo, 2014)

Sus objetivos son el valor turístico de localidades en el interior del país, buscando una oferta turística, innovadora y original, que atienda una demanda naciente de cultura, tradiciones, aventura y deporte extremo en escenarios naturales (SECTUR, 2013).

El Programa de Pueblos Mágicos tiene como uno de los fines primordiales el convertirlos en detonadores de la economía local y regional, considerando que el turismo y el flujo de visitantes produce resultados de impacto en comunidades con gran fuerza cultural, entornos urbanos y naturales de gran impacto (SECTUR, 2014).

Actualmente México cuenta con ciento once comunidades que han recibido la Denominación de “Pueblo Mágico” distribuidos en la República Mexicana y, en específico en las regiones Noreste, Noroeste, Occidente de México, Oriente de México, Centro Norte de México, Centro Sur de México, Sureste de México, Suroeste de México (CPTM, 2016).

Dentro de este Programa Federal, se considera que una localidad es candidata a ser Pueblo Mágico cuando tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, que en conjunto generan una magia

sociocultural y que como mínimo cuenten con una población de 20,000 habitantes, esto se traduce en oportunidades de desarrollo turístico y en consecuencia, impacto económico y social (SECTUR, 2013).

Sin embargo, la implementación de políticas públicas y programas de desarrollo no son suficientes para detonar el desarrollo de las empresas establecidas en las regiones seleccionadas para ello. Es importante dotar a los empresarios sobre todo a los pequeños, de los conocimientos idóneos para que su empresa permanezca en operación y logre madurar evitando fracasar en el camino.

El proporcionar a los empresarios herramientas administrativas que les permitan formalizar sus procesos de operación les permitirá coadyuvar a que su empresa vaya superando las etapas más críticas para su subsistencia, madurando conjuntamente “empresario” y “empresa” En relación al desarrollo económico, en el presente trabajo se abordará un análisis de las prácticas mercadológicas que realizan las MiPyMEs establecidas en el municipio de Cuetzalan del Progreso para que prevalecen a la fecha y que se considera fueron beneficiadas con el incremento del turismo como resultado del nombramiento de Pueblo Mágico en el año 2002.

Cuetzalan del progreso cuenta con una gran cantidad de recursos naturales que ofrecen alternativas importantes para el ecoturismo y que se considera punto de reunión para muchas localidades aledañas; se destaca por atractivos como la Zona Arqueológica de Yohualichán, Cascadas de la Cuenca hidrológica del Río Tecolutla, Feria del Huipil y del Café, Iglesia de los Jarritos, Grutas. (SECTUR, 2013).

Para obtener estos resultados se trabajó con una muestra representativa de 260 unidades económicas mismas que son objeto de estudio, pertenecientes a los tres sectores predominando el terciario (servicios) por ser destino turístico, de las cuales se observaron áreas de oportunidad que representan posibilidad de estudios específicos posteriores y que sin duda generarán un conocimiento de gran valía en aspectos económicoadministrativos que contribuyan a la consolidación empresarial de la región y por ende a beneficios directos a sus pobladores coadyuvando al bienestar social a través del mejoramiento de sus condiciones de vida. Se realizó una investigación cualitativa, descriptiva y exploratoria a partir del contexto específico del municipios de Cuetzalan del Progreso en el Estado de Puebla. Se realizaron visitas in situ, utilizando como instrumento, encuestas que generaron la información suficiente, pertinente y oportuna.

El paper se encuentra organizado siguiendo el siguiente orden:



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Sección dos, en esta parte se describen diferentes trabajos de investigación donde se percibe la importancia de la implementación de las estrategias mercadológicas en la MyPyMes en su ciclo de vida.

Sección tres, en este espacio se describen las diferentes prácticas mercadológicas que se realizan en las microempresas establecidas en la localidad de Cuetzalan del Progreso Puebla.

Sección cuatro, en este apartado se plasman las conclusiones de la investigación realizada, describiendo las estrategias mercadológicas utilizadas por las entidades económicas establecidas en la localidad de estudio predominando micro y pequeñas empresas.

Teoría del dominio y trabajos previos

Ciclo de vida de las MiPyMes

Schnarch (2013) establece diferentes fases en el ciclo de vida de las Pymes desde el punto de vista mercadológico. Nacimiento, Crecimiento, Semimadurez, Madurez, Muerte.

Tomado como referencia estas diferentes etapas establécela aplicación de técnicas mercadológicas que en principio se aplican de forma incipiente mismas que se van perfeccionando hasta llegar a un marketing planeado y coordinado. A su vez describe como debe aplicarse esta herramienta en cada etapa de la organización:

Nacimiento: la estrategia de marketing debe ser orientada a conservar a los clientes actuales e incrementar los potenciales y a su vez propiciar que sean sus clientes quienes la recomienden, obedeciendo al objetivo de incrementar sus ventas.

Crecimiento: en esta etapa la estrategia mercadológica deberá orientarse al incremento de sus ventas, integrar un paquete de información básico, confiable rápido y eficiente acerca de sus productos y precios, forma de distribución todo ello dirigido a los principales consumidores.
Semimadurez: en este punto la estrategia de marketing exigen como mínimo un experto en el área, sin embargo los recursos económicos son insuficientes para costear su financiamiento, sin se deberá retomar el objetivo de incrementar las ventas y evitar llegar a morir.

Madurez: en esta etapa sugiere la creación del departamento de marketing ya que la empresa cuenta con recursos económicos para dicha inversión y se conjuga con la transición del paso a mediana empresa con todas sus implicaciones.

Muerte: esta fase se refiere a la aplicación del relanzamiento del mismo producto con cambios y mejoras significativas o el lanzamiento de otro producto. Tomando en consideración el ciclo de vida de las empresas (Schnarch, 2013) se vislumbra la necesidad de capacitar al micro empresario de la necesidad de incorporar a su organización, las estrategias mercadológicas adecuadas a sus características que le permitan subsistir a las diferentes etapas hasta lograr un empresa madura.

Anteponiendo a la postura presentada se encuentra Kotler & Armstrong (2008) que establece:

- 1.- El *desarrollo de producto* inicia cuando la empresa encuentra y desarrolla una idea de producto nuevo. Durante el desarrollo de productos, las ventas son nulas y los costos de inversión de la empresa aumentan.
- 2.- La *introducción* es un período de crecimiento lento de las ventas medida que el producto se introduce en el mercado. Las utilidades son nulas en esta etapa debido a los gastos considerables en que se incurre por la introducción del producto.
- 3.- El *crecimiento* es un período de aceptación rápida en el mercado y de aumento en las utilidades.
- 4.- La *madurez* es un período en el que se frena el crecimiento de las ventas porque el producto ha logrado la aceptación de la mayoría de los compradores potenciales. Las utilidades se nivelan o bajan a causa del incremento en los gastos de marketing para defender al producto de los ataques de la competencia.
- 5.- La *decadencia* es el periodo en el que las ventas bajan y las utilidades se desploman.

Se identifica que las organizaciones estudiadas Micro y Pequeñas empresas se ubican en las fases de crecimiento y madurez, por lo que es oportuna la implementación de estrategias para evitar la etapa de decadencia.

Por otra parte existen estudios relacionados a la incorporación del marketing en las micro empresas que sin duda contribuyen al fortalecimiento de este sector.

Gómez, López, Méndez, Wong, & Colso (2014), mencionan que las estrategias de mercadotecnia son acciones que se realizan en función de elementos tales como: precio, producto, plaza y promoción para encaminar a las empresas con relativa permanencia, hacia el éxito y su desarrollo y los resultados encontrados en su investigación señalan que las estrategias analizadas que utilizan las microempresas del sector comercial en las ciudades analizadas, se ven influidas por la propia ciudad en la que se aplican.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Un estudio sobre la segmentación de mercados es abordada por Zarraga, Cano, Molina & Corona (2013) en el cual expresa que las pequeñas empresas no conocen bien las necesidades, características o comportamiento del mercado y por otro lado los empresarios segmentan a priori por variables muy genéricas y no aplican herramientas para realizar estrategias más certeras a su mercado. También concluyen que el desconocimiento de estrategias mercadológicas y de su aplicación es solo una de las múltiples carencias que enfrentan los microempresarios, a ellas hay que sumarles las debilidades financieras, administrativas, de recursos humanos, etc. Se sabe que su aporte a la economía, pero existe un hoyo negro en el conocimiento de las microempresas.

Resultados

Derivados del estudio de campo realizado a diferentes entidades económicas (MiPyMes) en la localidad de Cuetzalan del Progreso se obtuvieron los siguientes resultados:

Como se muestra en la figura 1, los productos *De Primera Necesidad (Alimento)* tienen principalmente demanda en Cuetzalan del Progreso, localizado en la Sierra Norte de Puebla, este Pueblo Mágico invita al turismo nacional y extranjero al descanso, disfrutar de la neblina y probar platillos con herencia prehispánica. (Carrasco & Robles, 2014) Los lugareños utilizan ingredientes para preparar algunas delicias representativas de la región: tlayoyos (un tipo de gorditas preparadas con frijoles, haba y garbanzo) y es obligatorio probar la bebida yolixpa (un licor que contiene 23 hierbas, endulzado con piloncillo o miel); así mismo, tanto la *Facilidad de Uso* como la *Simplicidad* de los productos comercializados en este lugar han merecido reconocimiento nacional e internacional: cestería (fibras naturales: jonote y varas) huacales, canastas, etc., y talla de madera: máscaras de diferentes tamaños, jaulas, etc. Los artículos *De Primera Necesidad (Vestido)*, elaborados con telar de cintura o diseños tejidos a mano, captan la atención de los visitantes: huipiles, rebozos, blusas, morrales, etc. Para los bienes que *Está de Moda* son todos aquellos que de acuerdo a las etapas del ciclo de vida de un producto, su duración es breve, esto debido a la competencia y otras características: calidad, precio, diseño, marca, etc. Para los productos de esta zona es recomendable la asignación de marca (Kotler & Armstrong, 2003), para los consumidores cuando se adquiere la misma marca saben que recibirán las mismas características, beneficios y calidad cada vez que se compran, para los que venden al

ser una marca registrada ofrece protección legal de las características únicas del producto, que de otra manera los competidores podrían copiar.

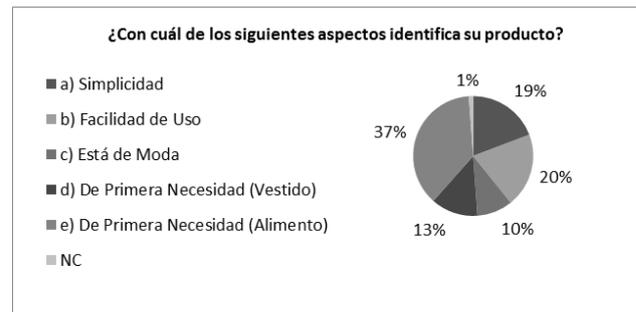


Figura 1: Identificación del producto. Fuente elaboración propia (2016)

Cuetzalan del Progreso se caracteriza por sus calles empedradas y techos de teja, el clima húmedo de la región acompañado de una suave neblina del bosque hace que sea un lugar mágico. Para disfrutar del clima, arquitectura, del mercado dominical donde aún se practica el trueque, su gente vestida a la usanza típica, admirar sus fiestas y danzas (Mexicoquerido.com, 2015-2016).

De acuerdo a la figura 2 los turistas tanto nacionales como extranjeros han tenido a bien en visitar este lugar primordialmente en el trimestre *Abril-junio*, coincide principalmente con las vacaciones de Semana Santa, ya que Puebla Capital es de los principales destinos turísticos del país en esta época, al igual que el trimestre comprendido de *Enero-marzo*, lo anterior del periodo vacaciones en los meses de diciembre-enero y las vacaciones de Semana Santa que llegan a efectuarse de igual manera en el mes de marzo; respecto a los dos trimestres restantes: Julio-septiembre y Octubre-diciembre: se han hecho esfuerzos para atraer a visitantes por lo que se han establecido Ferias del Café y Huipil y la feria del Yolixpa, para ello se han llevado a cabo campañas intensas de promoción, principalmente el tianguis turístico (Puebla 2013).

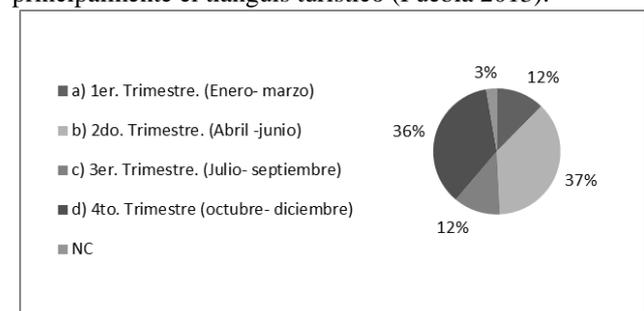


Figura 2 Fechas de mayor venta de productos/servicios. Fuente: Elaboración propia (2016)



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Respecto a la modificación de productos, figura 3, este ha permanecido desde la idea original (concepción), si bien la demanda de productos de la zona es una fortaleza de la zona para atraer el turismo, deben considerarse aspectos de *Gestión de producto*: (Serrano & Serrano, 2007) “las modificaciones pueden ser necesarias para satisfacer las necesidades más amplias de los clientes o para responder a los ataques de la competencia”, ante ello una estrategia son las diversas ferias de productos de este Pueblo Mágico: Café, Huipil y Yolixpa, si bien algunos comerciantes/emprendedores han notado lo anterior, mediante la modificación de sus productos, es importante respaldar la identidad del producto, posiblemente con una denominación de origen:

De acuerdo al artículo 156 de la Ley de la Propiedad Industrial: “se entiende por denominación de origen, el nombre de la región geográfica del país que sirva para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o características exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en éste los factores naturales y los humanos” (PROFECO, 2004).

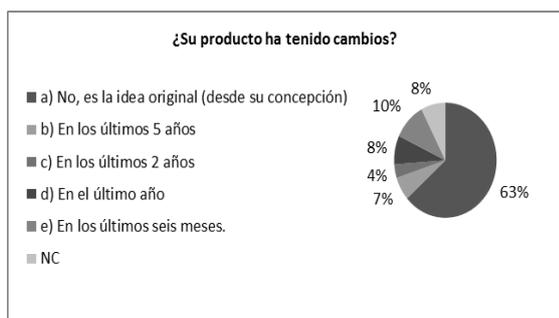


Figura 3 Cambios en productos. Fuente: Elaboración propia (2016)

La promoción es una serie de actividades para dar a conocer a las personas el producto cuya motivación es la adquisición del mismo, una de ellas es la publicidad.

La clasificación de la publicidad en función del medio utilizado: prensa: diarios, suplementos, prensa gratuita, prensa de zona o barrios; revistas: encartes, *sachettes*, despleables, solapas; radio: emisoras, cadenas; cine; TV: privadas, públicas; exterior: vallas, cabinas, marquesinas, mupis, transportes, estadios deportivos; directa: buzoneo, mailing, telemarketing; vending; en los lugares de venta: folletos, volantes, catálogos, adhesivos, carteles, displays, exhibidores; a través de nuevas tecnologías: videotexto, teletexto, sistemas multimedia e internet (Bigné, 2000).

Un porcentaje elevado a la media de los encuestados (figura 4) no emplea medios de publicidad, figura 4. La publicidad para los productos del Pueblo Mágico de Cuetzalan del Progreso se han enfocado en el punto de venta: llegan a las personas transeúntes por el lugar de ubicación de los negocios (volantes), representa bajo costo, el mensaje es sencillo, poca imagen y mucho texto o viceversa, un porcentaje menor pero representativo emplea los carteles. El periódico es otro medio de publicidad empleado para la promoción de productos en este lugar, cuenta con credibilidad y flexibilidad geográfica, costo dependiendo de las necesidades del anunciantes (tamaño/formato de anuncio), igualmente con un porcentaje menor y significativo se encuentra la publicidad exterior: vallas llegan a las personas que se concentran en lugares públicos de fácil acceso, mensaje simple empleando imágenes y texto simples. Se sugiere explotar la publicidad a través de internet, ya que esta llega no solo a turistas nacionales sino internacionales, por lo que este medio no se ha desarrollado en esta zona. servicio.

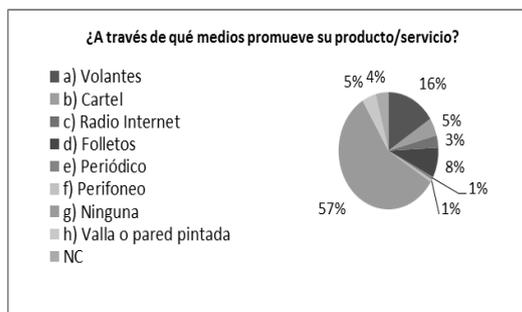


Figura 4 Promoción de productos. Fuente: Elaboración propia (2016)

La publicidad nos ayuda a mantener en la mente de los consumidores la imagen de nuestro producto, marca o



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La figura 5 es coincidente con los resultados de la inmediata anterior (4) este último no emplea medios de publicidad, por lo que se confirma que no se realizan actividades de publicidad y promoción sobre los productos o servicios, un porcentaje menor a la media de los encuestados, si efectúa actividades de publicidad y promoción que los las descritas en el gráfico 4: volantes, folletos, cartel, valla e internet. El ideal es invertir en publicidad de bajo costo pero que el impacto sea redituable en ventas estas características las cubre el internet como medio de publicidad cuyo impacto es a nivel estatal, nacional e internacional, “se ha demostrado que la publicidad combinada con la venta personal aumenta el volumen de ventas más que si no se hubiera utilizado publicidad” (How Advertising Works in Today's Marketplace: The Morrill Study , 1971).

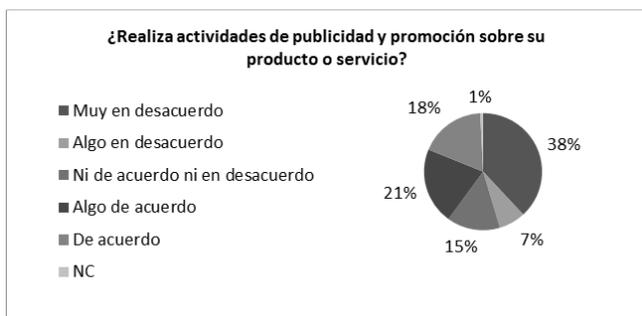


Figura 5 Actividades de publicidad y promoción. Fuente: Elaboración propia (2016)

De acuerdo a la figura 6 dada la importancia de la relación comercial con los clientes: “toda acción comercial implica una relación de confianza entre proveedor y cliente” (Paz, 2005). Carrasco (2012) opina que: “la relación laboral con el cliente no termina con la compra del producto, sino que es justo en ese momento cuando el cliente valora si lo que ha recibido es satisfactorio o no”. Un porcentaje significativamente mayor a la media de los encuestados opinó que si tienen relación comercial de más de un año, por lo que los factores para que ello influenciara son: calidad y servicio, por lo que se tienen que redoblar esfuerzos en estos últimos para disminuir el porcentaje mostrado en este gráfico.

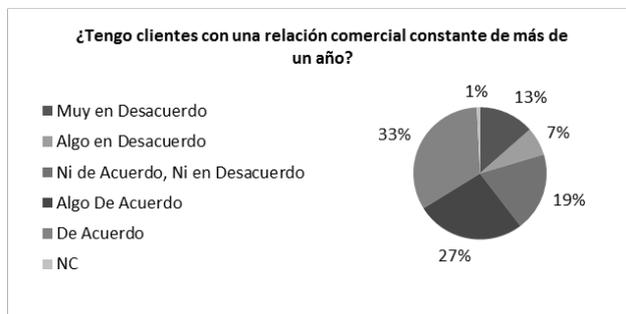


Figura 6 Clientes con relación comercial de más de un año. Fuente: Elaboración propia (2016)

Las figuras 3 y 7 tiene relación respecto al tema de *Cambios en Productos*, y coinciden en los resultados: en la figura 3 un porcentaje elevado a la media opinó que no ha modificado el producto desde su concepción; respecto a los resultados de la figura 7 es dos por ciento más de los resultados de la figura en relación (3), por lo que se resumen que los cambios y adaptaciones en los productos de Cuetzalan del Progreso no se realizan, aunque estos no debieran descartarse principalmente por la competencia y realizar *innovación*:

Resultado de un proceso eminentemente empresarial que acaba con éxito en la aplicación de un invento, idea o concepto relativo a un nuevo producto o proceso, que permite hacer algo que antes no era posible o, al menos, no tan bien o eficientemente y que aplica, por lo tanto, un auténtico progreso tecnológico, social y económico. (Molina & Conca, 2000).

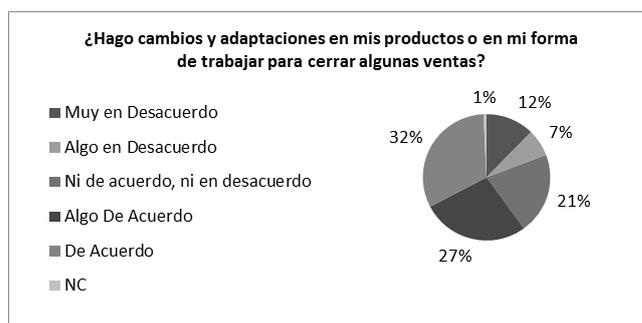


Figura 7 Cambios y adaptaciones en productos o forma de trabajar. Fuente: Elaboración propia (2016)

Al forma parte del programa de Pueblos Mágicos, Cuetzalan del Progreso, tiene la oportunidad de captar al turismo, de acuerdo a la figura 8 un importante porcentaje de los encuestados opinaron que a partir de este nombramiento hay cada vez más empresa en la zona: el concepto de competidor no se limita a las empresas que se



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

sitúan en la misma área de negocios, ya que abarca a todas las empresas que participan en el mercado con funciones similares (O'Shaughnessy, 1991).

Por lo que se deduce que este nombramiento ha detonado la economía local, estatal y nacional, favoreciendo el emprendedurismo y la creación de ofertas de trabajo.

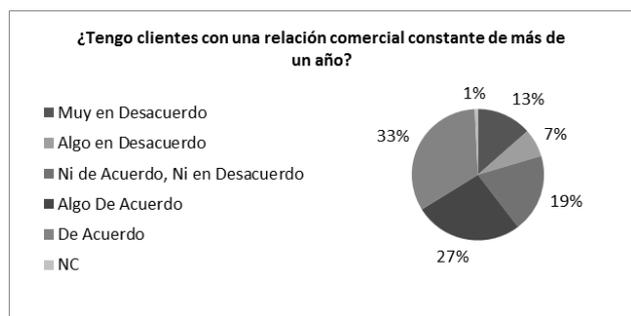


Figura 8 Opinión sobre más empresas en la zona. Fuente: Elaboración propia (2016)

La figura 9, presenta una correlación con las 3 y 7 cuyo tema es el cambio a los productos, superando ligeramente la media de los resultados cuyos encuestados opinaron que no ofrecen nuevos productos a partir de las sugerencias de los clientes.

El cliente ofrece una información valiosa que la empresa ha de considerar para determinar el grado en que debe adaptarse a las nuevas condiciones del mercado. Sin embargo, la realidad muestra que un gran parte de los clientes, algunos estudios hablan de un 95%, no presentan sus sugerencias o quejas, sino que se limitan a dejar de ser cliente del negocio sin aportar las razones de tal elección, o bien, un elevado porcentaje de los mismos ofrecerán excusas para manifestar las razones por las que dejaron de realizar operaciones comerciales con la empresa, en vez de expresar las razones reales de su insatisfacción (García, 2015).

A su vez, esta figura tiene relación con la 6 Clientes con relación comercial mayor a un año, no debe descuidarse esta parte sensible que afecta nuestra razón de ser: cliente, así como el servicio al mismo



Figura 9 Nuevos productos/servicios en base a sugerencias de clientes. Fuente: Elaboración propia (2016).

Respecto a la figura 10, un significativo porcentaje de los encuestados opinó que no se han efectuado patentes o registros de marca a productos o servicios que ofrecen. (IMPI, 2016)

Aunque legalmente no es obligatorio realizar el registro de marcas en México, el hacerlo trae enormes beneficios al propietario. No sólo adquiere reconocimiento ante los compradores de los productos, sino también instituciones como el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) toman nota de ello.

Al hacer el registro de marca, un logotipo o un slogan, inmediatamente se adquiere protección legal ante la reproducción clandestina de dichos distintivos.

Uno de los peligros que se corre al comercializar un producto sin registrar marcas, es que alguien más se apropie de dichos distintivos como el slogan o logotipo y los registre a su nombre. En dicho caso, si esa persona adquiere los derechos, automáticamente, reproducirlos sin su permiso sería equivalente a cometer un delito. Por lo anterior, se recomienda realizar una marca distintiva y/o denominación de origen para el *yolixpa*, producto característico de Cuetzalan del Progreso.

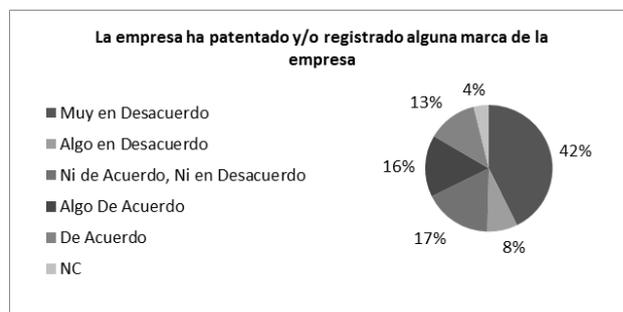


Figura 10 Patente o registro alguno de marca de la empresa. Fuente: Elaboración propia (2016)



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Referente a la figura 11, esta tiene relación con las 7 y 9 respecto al tema de cambio en productos en base a los clientes, si bien los empleados han tenido una importante presencia en la empresa siendo nombrados actualmente como clientes internos: “el cliente interno es aquel que forma parte de la empresa, ya sea como empleado o como proveedor, y que no por estar en ella, deja de requerir de la prestación del servicio por parte de los demás empleados” (Publicidad, 2009).

Si pocos emprendedores han modificado sus productos, e igual número toman opiniones de clientes (externos), esta gráfica no iba a variar en los resultados presentados en dichas figuras y no es porque se menos precien las opiniones de los clientes internos-empleados, estos se involucran en gran medida en los procesos de la empresa y la opinión de estos y clientes pueden favorecer el producto y/o servicio, para seguir presentes en el mercado, reflejándose en las ventas.

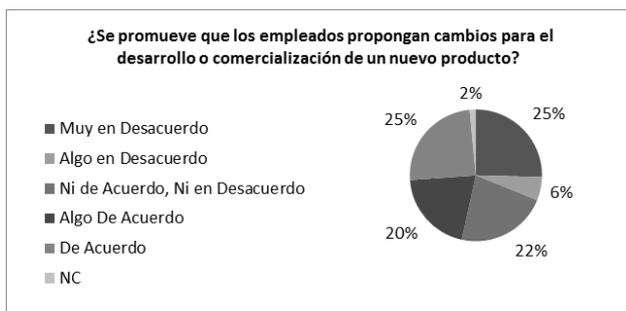


Figura 11 Se promueve que empleados propongan cambios en productos. Fuente: Elaboración propia (2016)

La figura 12 hace mención del análisis de proveedores para optimizar costos y servicios que para esta decisión se valorará: experiencia como proveedor, calidad de la materia prima, plazos de entrega, precio justo y competitivo, que esté al día con nuevos productos que salen al mercado y garantías (Vértice, 2008).

La sugerencia es contar con más de un proveedor, para obtener mejores condiciones de compra, disminuyendo incumplimiento, contando con disponibilidad y periodicidad de suministro, etc.

Una parte menor a la media de los encuestados pero que es significativa, opina que no lo realiza, por lo que se concluye que el análisis de proveedores es importante para los empresarios de Cuetzalan del Progreso.

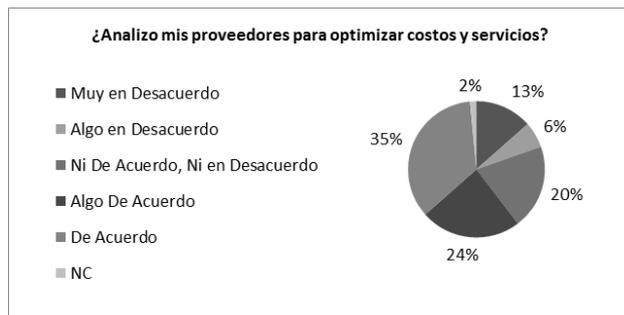


Figura 12 Optimización de costos y servicios. Fuente: Elaboración propia (2016)

La figura 13, tiene relación con la inmediata anterior (12), en el tema de proveedores, si bien es cierto que ya se abordó el tema de análisis de proveedores, los resultados de este gráfico están enfocados a foráneos o locales, un por ciento arriba de la media de los encuestados opinó que eligen a foráneos, y poco menos de la media elige a aquellos que son locales.

No sé especificaron los motivos de esta elección, por lo que se sugiere una investigación más adelante que aborde este tema.

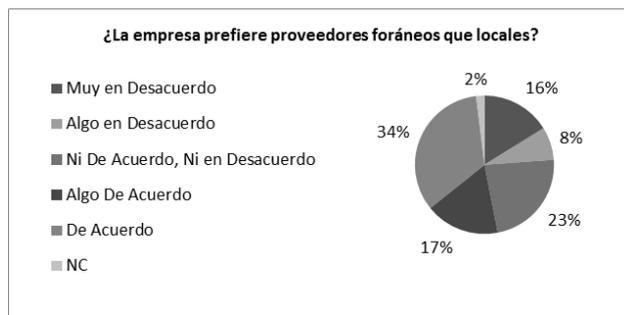


Gráfico 13 Proveedores foráneos o locales. Fuente: Elaboración propia (2016)

La figura 14 tiene relación con las 12 y 13 en el tema de proveedores, el abastecimiento de materia prima, ligado al departamento de compras siempre que la estructura de la empresa lo establezca, o bien esta actividad puede ser realizada por otras personas: desde el dueño hasta personal secretarial.

Estos resultados no presentan un aspecto positivo, es decir, no lo consideran dentro de su planeación, considerando que tiene proveedores y con los cuales se puede adquirir la



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

materia prima requerida con contratiempos (aunque este significado es menor a la media de los encuestados).

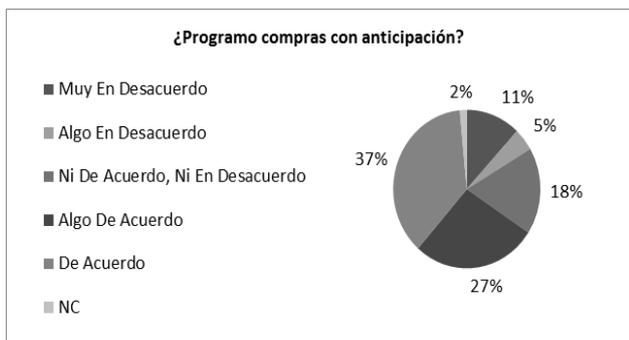


Figura 14 Planeación de compras. Fuente: Elaboración propia (2016).

Programar las ventas dentro de un negocio nos ayuda a mantener la cantidad de materia prima, materia en elaboración y producto terminado en cantidad adecuada, evitando costos innecesarios (costo de inventario) por ello la importancia de proyectar un estimado de ventas en un periodo determinado de tiempo.

Es importante realizar una estimación de los resultados financieros, por lo que debe elaborarse un pronóstico de ventas con los correspondientes costos totales, entre otros esto es lo básico.

Así mismo un registro de las cantidades vendidas en unidades; precio de venta unitario; ingresos por ventas. La figura 15, arroja la opinión de los encuestados: no realizan este tipo de actividades, por lo que un análisis futuro es la investigación referente al manejo de mercancía en temporada alta: trimestre Abril-Junio.

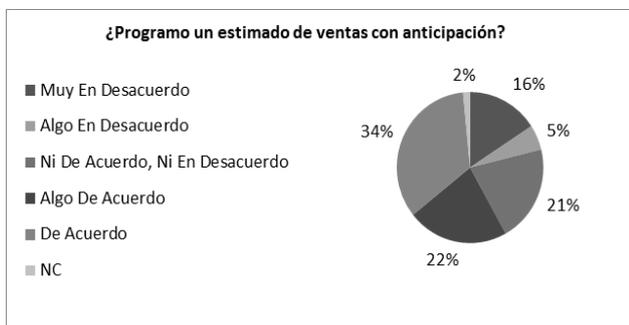


Figura 15 Planeación de Ventas. Fuente: Elaboración propia.

Discusión

De la muestra representativa de 260 unidades económicas mismas que son objeto de estudio, pertenecientes a los tres sectores predominando el terciario (servicios) por ser

destino turístico, identificadas como Micro, Pequeñas y Medianas empresas se posicionan en una etapa propicia para implementar estrategias acordes a la necesidad de fortalecimiento de cada y evitar la etapa más crítica para una organización., la decadencia.

Respecto al trabajo presentado por Gómez, López, Méndez, Wong, & Colso (2014), donde establece que las estrategias de mercadotecnia son acciones que se realizan en función de elementos tales como: precio, producto, plaza y promoción para encaminar a las empresas con relativa permanencia, hacia el éxito y su desarrollo, en las ciudades analizadas, se ven influidas por la propia ciudad en la que se aplican; comparando este aspecto con el comportamiento de estas prácticas con las realizadas en la localidad de Cuetzalan del Progreso es coincidente debido a que la región presenta características limitantes como: productos con poca o nula modificación, estacionalidad de ventas y poca estratificación de la promoción de los productos y servicios ofertados.

Respecto a lo estipulado por Zarraga, Cano, Molina & Corona (2013) en el cual expresa que las pequeñas empresas no conocen bien las necesidades, características o comportamiento del mercado y por otro lado los empresarios segmentan a priori por variables muy genéricas y no aplican herramientas para realizar estrategias más certeras a su mercado; en el estudio realizado se observa que las empresas estudiadas tienen identificado su mercado, ya que sus productos y servicios están enfocados al turismo.

Sin embargo ambos estudios coinciden que el desconocimiento de estrategias mercadológicas y de su aplicación es solo una de las múltiples carencias que enfrentan los microempresarios, a ellas hay que sumarles las debilidades financieras, administrativas, de recursos humanos, etc. Se sabe que su aporte a la economía, pero existe un hoyo negro en el conocimiento de las microempresas.

Conclusiones y trabajos futuros

Las empresas objetos de estudio pertenecen a las MiPyMes concluyendo que las estudiadas en su gran mayoría corresponden a Micro y Pequeñas, por lo que sería interesante realizar el mismo estudio a las empresas Medianas en específico, ya que durante el estudio de campo se observó la presencia de franquicias así como instituciones de crédito, que posiblemente muestren resultados diferentes.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Respecto a estrategias mercadológicas no se encontraron operando formalmente ya que en su mayoría los empresarios solo cuentan con conocimientos empíricos debido a falta de formación y capacitación, lo cual abre la posibilidad para el desarrollo de estudios inherentes y la implementación de programas específicos.

Es importante mencionar que la implementación de políticas públicas aisladas como el Programa de Pueblos Mágicos no garantizan el desarrollo económico social si no están acompañadas por un programa integral de desarrollo a las comunidades.

Referencias bibliográficas:

How Advertising Works in Today's Marketplace: The Morrill Study . (1971). Nueva York: McGraw-Hill.

Secretaría de Economía. (2014). Obtenido de Dirección URL: <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-elcrecimiento-en-mexico.html>.

Mexicoquerido.com. (15 de Julio de 2015-2016). Obtenido de Mexicoquerido.com: <http://mexicoquerido.com.mx/puebla/es/destinos/dePdes.php?idDestino=58>

Aguilar, R. O. (2015). Instrumento de levantamiento de información Proyecto Análisis Sistémico de la Micro y Pequeña Empresa. Puebla.

Bigné, J. E. (2000). TEMAS DE INVESTIGACIÓN DE MEDIOS PUBLICITARIOS. Madrid: ESIC EDITORIAL.

Carrasco, F. S. (2012). Atención al cliente en el proceso comercial. España: Paraninfo.

Carrasco, L., & Robles, G. M. (2014). PUEBLOS MÁGICOS Guía de Pueblos Mágicos en Puebla. (ANGELOPOLIS.COM, Ed.) Recuperado el 15 de JULIO de 2016, de ANGELOPOLIS.COM: <http://www.angelopolis.com/pdf/pueblos-magicos/guiade-pueblos-magicos.pdf>

Caude, R. (2010). Fundamentos de Administración. México: Trillas.

García, J. C. (2010). Prácticas de la Gestión Empresarial. México: Pirámide.

García, P. E. (2015). Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresads MF1790_3. España: Paraninfo.

Gobierno, R. d. (01 de 01 de 2013). Plan Nacional de Desarrollo PND. Obtenido de pnd.gob.mx

INPI. (julio de 2016). inpi.com.mx. Obtenido de inpi.com.mx: <http://inpi.com.mx/Registro-De-Marcas.php>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). FUNDAMENTOS DE MARKETING (6a ED). México: Prentice Hall.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Fundamentos de Marketing. México, D.F: Prentice Hall.

Molina, M. H., & Conca, F. F. (2000). Innovación Tecnológica y Competitividad Empresarial. Alicante España: Universidad de Alicante.

Montaño, S. F. (2005). Investigación y análisis para el éxito. México: Trillas.

O'Shaughnessy, J. (1991). MARKETING COMPETITIVO Un enfoque estratégico. Madrid, España: Díaz de Santos, S.A.

Paz, C. R. (2005). SERVICIO AL CLIENTE, LA COMUNICACIÓN Y LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE. España: Ideaspapias Editorial, S.L.

PROFECO. (ENERO de 2004). PROFECO.GOB.MX. Obtenido de PROFECO.GOB.MX: http://www.profeco.gob.mx/revista/publicaciones/adelantos_04/denom_orig_ene_04.pdf

Publicidad, M. y. (2009). Atención eficaz de quejas y reclamaciones. España: Publicaciones Vértice.

Robinson, L. (1981). Trascendencia de Pymes. Estados Unidos .

Secretaría de Turismo. (2013). Portal de Transparencia del Gobierno del Estado de Puebla. Recuperado el 24 de 5 de 2013, de http://transparencia.puebla.gob.mx/index.php?option=com_content&view=item&id=13:pueblosm%C3%A1gicos&Itemid=4678

Serrano, G. F., & Serrano, D. C. (Enero de 2007). Una decisión difícil. Modificar y eliminar productos. MK Marketing + Ventas, 40.

Van, H. R. (1993). Impacto economico de Pymes. Mexico: Trillas.

Vértice. (2008). Gestión de únto de Venta. España: Publicaciones Vértice.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La importancia de conocer un plan de negocios en los universitarios y aplicarlo a un negocio propio

ÁREA TEMÁTICA:

EL EMPRENDEDOR Y SU PERSPECTIVA EMPRESARIAL

INSTITUCIÓN DE PROCEDENCIA:

CU UAEM VALLE DE TEOTIHUACÁN

PONENTES:

M. EN PSIC.ED. Wendy Sevilla Jaimes

M. EN C.ED. María de Lourdes Sánchez Ontiveros

CONTACTO:

5539305415

015929234866



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La importancia de conocer un plan de negocios en los Universitarios y aplicarlo a un negocio propio

Resumen: *En este papel se presenta la oportunidad de dar a conocer que es un plan de negocios, sus características e importancia del mismo con la finalidad de que el alumno del CU UAEM esté formado y capacitado para ser emprendedor y empleador, y darle la vuelta al concepto del egresado, de ser empleado y trabajar para una empresa toda la vida. En la actualidad nos enfrentamos a una gran competencia laboral, si bien es cierto los egresados de las diferentes Universidades en nuestro país tienen un gran reto, ser contratados y absorbidos por una empresa reconocida y que asegure una remuneración y prestigio que formen parte de estas mismas. De esta forma se ha ido sosteniendo el paradigma de concluir estudios Universitarios y posteriormente ser empleados en una empresa a nivel nacional, o bien aquel que tiene una visión más amplia desearía trabajar para una empresa multinacional.*

Pero nunca nos hemos dado a la tarea de crear alumnos visionarios con espíritu emprendedor, que deseen dejar de ser empleados y a pasar a ser empleadores, tenemos un gran reto: Motivar al alumno a ser dueño de su propia empresa.

La educación es distinta en cada uno de los espacios educativos, si formamos egresados con mentalidad de empresarios, generadores de empleos y con una visión emprendedora, en la cual el dinero trabaje para ellos, estaremos abriéndoles las puertas a un mercado altamente competitivo con las herramientas adecuadas para poder escalar hacia sus metas logrando así ser dueños de su propio negocio. De lo contrario estaremos formando jóvenes conformistas, empleados, trabajando por dinero y con una venda en los ojos, que de cómo resultado un mercado laboral saturado, con poco capital humano de calidad. Sin duda cada día la sociedad enfrenta barreras y pocas opciones laborales.

En pocas unidades de Aprendizaje se puede implementar un Plan de negocios y una cultura emprendedora, en la cual su desarrollo oriente a los estudiantes a ser visionarios y ser creadores de su propia empresa, para lograr esto, es necesario impulsar el desarrollo de un plan de negocios que oriente y guíe al alumno a tener metas claras y concretas.

Emprender un negocio va más allá de encontrar una idea innovadora, diferente o con la capacidad de cubrir una necesidad. Se tiene que analizar el mercado, los posibles compradores, la producción y uno de los aspectos más importantes el capital para emprender el negocio. Todo esto a través de una estrategia documentada que tiene como objetivo minimizar el riesgo e incertidumbre para entrar al mercado.

Abstrac: *This paper presents the opportunity to make known that it is a business plan, its characteristics and importance of it for the purpose that the student of CU UAEM this educated and trained to be an entrepreneur and employer, and turn the concept graduate , being employed and working for a company lifetime.*

Today we face a great job competition, albeit graduates of different universities in our country have a big challenge, be hired and absorbed by a recognized company and ensure remuneration and prestige that are part of the same. Thus it has been holding the paradigm conclude university studies and subsequently be employed in a company nationwide , or one having a broader vision would work for a multinational company.

But we have never given the task of creating visionary students with entrepreneurial spirit who want to stop being employees and employers become, we have a big challenge: To motivate the student to owning your own Business Education is different in each of the educational spaces , if we are graduates minded entrepreneurs, generating jobs and an entrepreneurial vision, in which the money work for them , we will be opening the doors to a highly competitive market with tools suitable to climb towards achieving their goals owning their own business. Otherwise we will be forming young conformists, employees, working for money and a blindfold, which results in a saturated labor market, with little quality human capital. No doubt each day society faces barriers and few job options.

In short learning units can implement a business plan and an entrepreneurial culture in which its development guide students to be visionary and be creators of their own company to achieve this, it is necessary to promote the development of a plan business orient and guide the student to have clear and concrete goals.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Start a business goes beyond finding an innovative, different or with the ability to fill a need idea. You have to analyze the market, potential buyers production and one of the most important aspects of the capital to start the business. All this through a documented strategy that aims to minimize the risk and uncertainty to enter the market.

Palabras clave: Plan de negocios, Emprendedor y Empresario.



INTRODUCCIÓN

Emprender un negocio Es poner en práctica los sueños o ideas que una persona tiene para que se conviertan en el sustento estable de su vida. Es abandonar la seguridad de un empleo en relación de dependencia (los expertos dicen que hay que realizarlo una vez que el negocio propio ya esté dando ingresos seguros y constantes) para volverse el dueño de su propia organización y horario de su jornada laboral. Es poder planificar y proyectar la propia vida y disfrutar de realizar un trabajo de lo que más le gusta a la persona.

También posibilita un mayor y más rápido crecimiento económico ya que depende del esfuerzo del emprendedor. Además permite un desarrollo y crecimiento personal y el crecimiento de otros, ayudando a crear empleos no solo para el país sino para la comunidad o región. Para conseguir esto hay que organizarse desde el momento en que se decide hacerlo. Por eso hay que tener en claro las razones por las cuales se inicia el negocio, o sea, la pasión, los deseos de superación y la puesta en práctica de ideas propias con las que uno soñó para sí y para mejorar al mundo. Luego plantearse un modelo de negocio rentable preguntándose cuál va a ser el producto o servicio que se va a ofrecer, si se va a fabricar o vender, por qué medios va a llegar a cliente, qué tiene este producto que no tenga el de la competencia. Y una vez definido esto es muy importante elaborar el plan de negocios.

Otra cuestión a tener en cuenta es contar con un equipo de trabajo comprometido en el proyecto. Examinar a conciencia la financiación para no cometer el error de endeudarse demasiado. Una buena publicidad y finalmente iniciarlo. Para que perdure en el tiempo no solamente hay que tener

en cuenta lo económico y financiero sino también conocer todo sobre el rubro, saber dirigir el rumbo, aventurarse a crecer y por sobre todo no perder los sueños que son el motor para que todo emprendimiento llegue al éxito.

TEORÍA DEL DOMINIO Y TRABAJOS PREVIOS

Un plan de negocios es un documento escrito cuyo objetivo es guiar al empresario, en el cual se elaboran, definen y evalúan aspectos que integran la idea o proyecto de negocio. Esto sirve para el mismo empresario que busca precisar o concretar su idea y también, una vez elaborado sirve para convencer en su caso, a nuevos participantes o inversionistas que pudieran participar en el negocio.

El Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por sus siglas "CONACYT", define el plan de negocios de la siguiente manera: "Documento de análisis con información ordenada para toma de decisiones sobre llevar a la práctica una idea, iniciativa o proyecto de negocio. Tiene entre sus características ser un documento ejecutivo, demostrativo de un nicho o área de oportunidad, en el que se evidencie la rentabilidad, así como la estrategia a seguir para generar un negocio viable.

El plan de negocios para un emprendedor es mucho más que un simple documento en extenso, un plan de negocios bien elaborado le abre las puertas al emprendedor para una capitalización más rápida, pues por medio de él podrá atraer inversionistas para emprender su idea. El plan de negocios plasma el análisis de lo que su empresa realiza, como lo hace, así como ver la forma de conseguir los objetivos.

SUBSECCIÓN 1

El plan de negocios puede estar conformado por varios aspectos:



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

1. Resumen ejecutivo.- que es la parte que contiene una breve explicación de lo que será nuestra empresa y nuestro producto, debe contener las características esenciales de la misma.
2. Misión, Visión, objetivo general, slogan, logotipo, políticas de la empresa, ubicación de la empresa y medios publicitarios a utilizar.
3. Estado financiero o balance general
4. Mercado, proveedores y competencia.
5. Áreas de la empresa
6. Impacto social, económico y cultural.
7. Análisis FODA
8. Fuentes de financiamiento.

Es por ello que el Plan de negocios ayuda a los estudiantes a abrir su mente y fortalecer sus conocimientos creando así su propio negocio.

El estudiante de cualquier licenciatura podrá ver la importancia de realizar un documento que plasme sus ideas de negocios, para poder llevarlo a la realidad a las diferentes áreas de las temáticas y a ser un futuro empresario. Esto con la finalidad de ser profesionistas con visión emprendedora y que no solo conozcan la importancia de un plan de negocios, sino que apliquen su idea y estén mejor capacitados para enfrentar la competencia laboral al término de sus estudios Universitarios.

El plan de negocios le abre las puertas a un mercado diferente, lleno de ideas e innovación, le hace vislumbrar lo que realmente quiere y es una segunda oportunidad, o un plan B, para su vida profesional.

En ocasiones los alumnos tienen la idea de vender algo o de generar sus propios ingresos, esta es la oportunidad que estaban esperando conocer y aplicar un plan de negocios en el sector de su interés.

METODOLOGÍA

En la UAEM cada año se lleva a cabo el concurso emprendedor, el cual tiene como objetivo apoyar a los estudiantes en sus ideas de negocios, es un evento a través del cual la Universidad

Autónoma del Estado de México, promueve y reconoce el talento emprendedor universitario, es un espacio que busca presentar el potencial de innovación y creatividad plasmada en propuestas de emprendimiento en 5 categorías, es un evento donde encontrarán diversos programas de apoyo al desarrollo y fomento de la cultura emprendedora, dando así premio a los tres primeros lugares en las diferentes categorías:

- Tecnología básica
- Proyectos verdes
- Innovación tecnológica
- Proyectos sociales
- Emprendedores Junior

El plan de negocios también puede ayudar al estudiante a titularse por medio de este, dándole el formato de tesis.

RESULTADOS

Tips para emprender un negocio:

1. La inversión, Se debe saber con exactitud cuánto dinero tenemos para invertir y cuánto dinero requiere nuestro negocio, es muy importante saber cuánto nos vamos a gastar en publicidad.
2. Saber si necesitas ayuda para emprender algo, tu solo en ocasiones no puedes con todo. De lo contrario necesitas tener muy claro cuál es el perfil que requiere tu negocio.
3. Saber si realmente necesitas de un socio, y si este está dispuesto a aportar lo mismo que tú, no solo es dinero y ganar, también requiere un gran esfuerzo físico y mental y el 100% de dedicación para que este triunfe.
4. Saber ¿quién es nuestro mercado?, ¿quién realmente nos puede comprar?, debemos tener en cuenta que no todas las personas estarán interesadas en nuestro producto o servicio.
5. Tener muy clara la idea de negocio que queremos realizar, recuerda que “el que a muchos amos sirve, con alguno queda mal”, debes de limitar tu mercado, segmentar y dirigirlo a las personas indicadas.
6. Recuerda que el Plan de negocios es importante para orientarte, sin embargo la pasión



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

que le dediques a tu negocio es lo que te llevara al éxito.

7. Realizar un estudio de mercado te ahorra tiempo y dinero, debes tener claro tu mercado.

8. Se visionario y confía en ti, un negocio lleva tiempo no te desesperes.

Desde el punto de vista de la experiencia, lo que permitirá generar una oferta de valor, única diferenciada. ¿Cómo? Realizando correctamente un PLAN DE NEGOCIOS.

DISCUSIÓN

El Plan de negocios es pues, la forma de tener seguro en negocio, en donde plasmas tus ideas, clientes, precios, canales de distribución, costos, beneficios, etc., dando así un plus a tus ideas e innovaciones.

Los egresados de las diferentes universidades tienen el compromiso de ser mejor en el campo laboral y frente a la competencia, formemos jóvenes diferentes, jóvenes con visión e iniciativa, jóvenes egresados de escuelas públicas con un gran compromiso social y con una idea de negocios.

Así tendremos oportunidades y mejores resultados en la sociedad mexicana, las universidades tienen el compromiso de capacitar a sus docentes empapándolos de conocimientos del área emprendedora para que estos a su vez formen y transmitan ideas de negocios, fomenten la cultura emprendedora, encaminen a los alumnos hacia un conocimiento y visión emprendedora.

CONCLUSIONES

El alumno de las diferentes Licenciaturas debe desarrollar la imaginación y creatividad, siendo motivados por sus docentes, mediante el desarrollo de una mente empresarial y de negocios teniendo como resultado el conocimiento total de un Plan de negocios y su aplicación.

Los alumnos universitarios tendrán las habilidades de emprendedurismo para desarrollar una idea de negocio.

Los alumnos fomentaran su interés por ser empleadores y no empleados al egresar de las universidades.

Debemos generar en el alumno el interés por ser innovadores, creativos y desarrollar ideas de negocios que los posicionen en un ambiente laboral competente desarrollando habilidades y conocimientos en su campo laboral. La importancia de conocer un Plan de negocios, hacerlo, conocer en que consiste uno, y llevarlo a cabo es decisión de los alumnos universitarios.

Referencias

1. Samuelson, W. (2010). *Macroeconomía con aplicaciones a Latinoamérica*. Mc Graw Hill, México.
2. Méndez J. (2002). *Economía y la empresa*. Mc Graw Hill, México.
3. Mochón, F. (2004). *Economía y Turismo*. Mc. Graw Hill, Madrid.
4. Samuelson, W. (2010). *Macroeconomía con aplicaciones a Latinoamérica*. Mc Graw Hill, México.
5. <http://www.banxico.org.mx/> (2013).
6. <http://www.inegi.org.mx/default.aspx?> (2013)



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La importancia de las micro y pequeñas empresas en la competitividad

Área temática:

El emprendedor y su prospectiva empresarial

Autores:

MAN. José Fernando Díaz Zamora

MAN. Javier Inzunza Angulo

MAN. Martha Alicia Ramírez Rosales

Cuerpo Académico de Comercio Internacional y Logística

Institución de procedencia:

Universidad Tecnológica de Nuevo Laredo

Teléfonos: (867) 146-36-96; 157-77-92; 120-62-26 Correos

electrónicos:

jfdo_diazz@hotmail.com jinzunzaa@hotmail.com

martha_3118@hotmail.com



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La importancia de las micro y pequeñas empresas en la competitividad

Resumen: El presente trabajo representa un análisis de algunas variables, dentro de las empresas MyPEs, (Micros y pequeñas empresas), ubicadas en el municipio de Nuevo Laredo, Tamaulipas, su impacto en el desarrollo y crecimiento, siendo factores importantísimos dentro de su competitividad como organización, además enorme soporte económico del municipio, se señalan algunos procesos o actividades y sus resultados, considerándolos como soporte esencial para favorecer y apoyar la toma de decisiones de los empresarios, predominan ciertas actividades que impactan positivamente siendo estas: La implementación de las tecnologías de la información, finanzas, dirección y logística.

Por otra parte las encuestas reflejaron actividades relevantes que no son explotadas o implementadas aún y estas son: La comunicación, mercadotecnia, comercio electrónico, esto impacta en forma negativa dentro de la competitividad de las empresas micro y pequeña, del municipio, durante el periodo del 2015.

Abstract: The present work represents an analysis of some variables within firms MyPEs, (micros and small businesses), located in the municipality of Nuevo Laredo, Tamaulipas, its impact on development and growth, being very important factors within their competitiveness as an organization, also of great economic support of the municipality, identifies some of the processes or activities and their results, considering them as essential support to promote and support the decision-making of entrepreneurs, dominate certain activities that impact positively being these: the implementation of information technologies, finance, address and logistics.

On the other hand the surveys showed relevant activities that are not exploited or implemented yet and these are: communication, marketing, e-commerce, this impact negatively within the competitiveness of micro and small enterprises, the municipality during the period of 2015.

Palabras clave: Micro y pequeñas empresas, Competitividad, Innovación.

Introducción

Las Micros y pequeñas empresas en el estado de Tamaulipas, son la columna vertebral de su economía, ya que estas representan 98.7%, del número de empresas establecidas y que generan el 46.9%, de los empleos, también son de vital importancia para el PIB, ya que representando el 52%, a nivel nacional de acuerdo al INEGI, su tamaño fluctúa de entre 2 a 50 empleados, (SE).

El objetivo es presentar un trabajo donde se muestra una descripción analítica de las MyPEs, en el municipio de Nuevo Laredo, Tamaulipas, ya que de igual forma son de vital importancia y prioritarias en el desarrollo y crecimiento económico ya que contribuyen de manera importante a la competitividad de Nuevo Laredo,

Tamaulipas, así lo demuestran los datos proporcionados por el INEGI. En este sentido es presentar un trabajo desde su estructura organizacional y diversas actividades, así como la implementación de sus procesos, incluyendo la innovación, y esto último en esta categoría de empresas se convierte en un una variable determinante o un obstáculo de crecimiento, demás como este tipo de empresas contribuyen en la economía municipal, y que sirva también para que se cuente con un antecedente para los futuros apoyos en estudios de las mismas, para que puedan dar ese salto a empresas medianas.

Teoría del dominio y trabajos previos



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Justificación

En Tamaulipas, las micro y pequeñas empresas representan 98.7%, de las empresas, generan el 46.9%, de los empleos y representan el 52%, del PIB a nivel nacional, cifras dadas por el INEGI. En el municipio de

Nuevo Laredo, Tamaulipas, las micros y pequeñas empresas son la columna de la economía, primero porque son de gran importancia por sus diversas actividades, generación de empleos y otras variables más, es necesario tomarse un tiempo para analizar estas unidades económicas empresariales, cuál es su estado actual y su comportamiento ante los otros factores económicos del entorno municipal. Así como aportar información para un mejor conocimiento para el sector de la micro y pequeña empresa, su comportamiento partiendo desde un punto de vista de los procesos y actividades, y que son parte del presente estudio esos parámetros son: Enfoques financieros, administrativos, ventas, etc.; de las MyPEs.

Objetivo: Analizar cuál es el estatus de los procesos productivos de operación del micro y pequeña empresa del municipio de Nuevo Laredo, Tamaulipas.

Detectar que actividades de Innovación están relacionadas con la operación y administración que impactan en la competitividad de la micro y pequeña empresa en el municipio de Nuevo Laredo, Tamaulipas.

Preguntas de investigación:

¿En la actualidad como están estructuradas las actividades de las MyPEs, en el municipio de Nuevo Laredo, Tamaulipas?

¿Y cómo se correlaciona la innovación en la competitividad de las micros y pequeñas empresas en el municipio de Nuevo Laredo, Tamaulipas?

Hipótesis: H1: La Innovación es un factor que impacta de manera significativa en el desarrollo y crecimiento de las

MyPEs, y su competitividad, caso municipio de Nuevo Laredo, Tamaulipas.

Limitación: En este estudio se enfocó a ver el comportamiento de las MyPEs, en el municipio, y por otra parte en cierto sentido como afecta o limita para una

investigación integral, el clima de seguridad en la actualidad.

Delimitación: Solamente se limitó su estudio al municipio de Nuevo Laredo, Tamaulipas, por cuestiones de presupuesto y tiempo y solo la actividad de administración no analizarlo desde el punto de vista financiero.

Marco teórico

La competitividad es un término con sentido económico con enfoque al desempeño de las empresas, en la actualidad se utiliza como herramienta en la microeconomía y macroeconomía, donde se incluyen conceptos como el crecimiento, desarrollo, generación de empleos, inflación, inversión, rentabilidad y ventajas competitivas del sector. (Sobrinó, 2003). A través de esta teoría se busca correlacionar las aportaciones de las MyPEs, como puede ser lo rentable que resulta, su crecimiento y desarrollo, finalmente utilizarlas para realizar una correlación en el ámbito económico del municipio de Nuevo Laredo, Tamaulipas que en los últimos años los niveles de competitividad de localidad esta los últimos escalafones de acuerdo al Instituto mexicano de la competitividad 2015.

De acuerdo a Porter (Porter, 1990), este término de la competitividad, depende de la capacidad que logran las empresas en materia de innovación y mejoras que logran constantemente, como puede ser en sus procesos, administración, finanzas, mercadotecnia, etc. Que son factores que impactan en las ventajas competitivas para mantenerse en el mercado y en los gustos de los



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

consumidores. En este caso si comparamos lo que aporta el sector de la micro empresa al municipio de Nuevo Laredo, Tamaulipas, como unidades de negocios y de igual manera su impacto como su aportación a los niveles de competitividad.

De acuerdo a Lefort (2003, p. 211), en una explicación de concepto laboral son “un conjunto de inversiones más o menos específicas en capital físico, capital humano, trabajo, relaciones con proveedores, preferencias de los clientes, etc.” que tienen como objetivo común satisfacer una necesidad del mercado a cambio de una utilidad. En el caso de la innovación según Schumpeter (1963, pág. 107), son el medio capaz de explicar el desarrollo económico y analizar la tecnología, donde la invención la creación de nuevos productos o procesos en las empresas, se estudió esta variable y el nivel en que se utiliza para mejorar la administración de la empresa. El cual está en los mismos niveles de la media nacional.

En el marco de la OCDE, señala que se han implementado en los últimos años considerables esfuerzos para sistematizar los diferentes enfoques sobre el fenómeno de la competitividad y resumirlos en un enfoque integral bajo el concepto de "competitividad estructural" (OCDE 1992).

Los elementos medulares de este concepto son (1) el énfasis en la innovación como factor central del desarrollo económico, (2) una organización empresarial situada más allá de las concepciones Tayloristas y capaz de activar los potenciales de aprendizaje e innovación en todas las áreas operativas de una empresa, y (3) redes de colaboración orientadas a la innovación y apoyadas por diversas instituciones y un contexto institucional con capacidad para fomentar la innovación. Con el estudio de

la variable de innovación estamos estudiando como las MyPEs implementan está en su ámbito y potencian el

aumento o disminución de su permanencia en el mercado. (Morales, 2013).

La capacidad e innovación entendida como la potencialidad de idear, planear e implementar innovaciones a partir del uso de los conocimientos tecnológicos y organizativos formal e informal en la empresa.

El proceso de innovación es el resultado de la interacción dinámica de las competencias de valor agregado desarrolladas, el aprendizaje que se va generando, la cultura organizacional y el ambiente empresarial. (Yoguel, 1996). A través de las diferentes variables se analizó como desarrollan sus fortalezas y impactan sus debilidades de las empresas en su desarrollo organizacional.

Metodología

Para iniciar con el análisis cuantitativo se procedió a elaborar un cuestionario con 131 variables entre las cuales se encontraban del tipo cualitativo nominal y cualitativo ordinal; así como cuantitativo de tipos discretas y continuas. Es importante mencionar que dicho cuestionario para realizar la encuesta se diseñó en el mes de Octubre del 2014 (posada et al., 2015) y las variables fueron agrupadas de acuerdo a los siguientes criterios:

- Características generales de la empresa.
- Datos generales del director.
- Infraestructura y organización de la empresa.
- Mercadotecnia, ventas e innovación.
- Finanzas, dirección y recursos humanos.
- Responsabilidad y sustentabilidad.

Validándose todos los criterios en el mes de Noviembre 2014, Se aplicaron 484 encuestas en total aunque la

muestra mínima requerida es de 368, esto fue para asegurarnos que las encuestas con errores, extraviadas y devueltas por encuestadores no afectaran en los



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

resultados y fuera representativa. Se utilizaron los resultados obtenidos de la muestra representativa obteniendo un resultado estadístico para las 13,402, empresas establecidas en el municipio de Nuevo Laredo, Tamaulipas.

Tabla 1 Desarrollo.

| | |
|----------------------|---|
| MUNICIPIO | Nuevo Laredo |
| Unidades económicas | Micro 12,267 Pequeñas 1,135 Total 13,402 |
| Muestra | Confiabilidad 95% Error del 5% Heterogeneidad del 5% Unidades económicas 368 |
| Encuesta emitidas | 484 |
| Encuestas procesadas | 484 |
| Periodo | 05 de Febrero al 31 de Marzo 2015 |

Fuente: Redyan.

Tablas 2 Alfa de Cronbach y estadística descriptiva.

| Resumen del procesamiento de los casos | | | |
|---|------------|-----|--------|
| | | N | % |
| CASOS | Validos | 484 | 100 |
| | Excluidos | 0 | 0 |
| | Total | 484 | 100.00 |
| A. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento. | | | |
| Estadísticos | | | |
| Promedio | | | |
| N | Validados | 484 | |
| | Perdidos | 0 | |
| Media | 3.4732851 | | |
| Mediana | 3.5853742 | | |
| Moda | 3.48667 | | |
| Desv.tip | .75276281 | | |
| Varianza | .567 | | |
| Suma | 1681.06998 | | |

| | | |
|--|----------------------------|---------------------|
| a. existen varias modas se muestran el menor de los valores. | Estadísticos de fiabilidad | |
| | Alfa de Cronbach | Número de elementos |
| | .979 | 150 |

Fuente: Redyan.

Se desarrolló una formula con el objetivo de ponderar los resultados en una escala de 0 a 1, donde la asimetría es a la derecha mostrando un mayor desarrollo en las variables.

$$DMPIE = \frac{\sum x^1}{x - x}$$

Tabla 3 Resultados

| | |
|---|----------|
| Infraestructura y TICS de la organización | 0.326947 |
| Mercadotecnia, ventas e innovación | 0.551181 |
| Finanzas, dirección y recursos humanos | 0.651168 |
| Responsabilidad y sustentabilidad. | 0.532353 |

Se utilizó la fórmula de tamaño de muestra propia para análisis de proporciones consideramos un valor de $p=50\%$, para obtener la muestra más grande con una confiabilidad de 95% y un error de 5. Estas encuestas se aplicaron directamente en campo a los propietarios o representantes, y su captura se hizo en red con la herramienta google drive, para su posterior análisis estadístico.

Las variables utilizadas en el estudio se categorizaron de la siguiente forma: Entradas, procesos, salidas y medio



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

ambiente de los procesos del sistema debido a que este sistema se apega a las necesidades y facilidades del estudio. En todos los casos se utilizaron parámetros mediante una escala tipo Likert de 4 niveles que van desde muy de acuerdo hasta muy en desacuerdo, a través de los cuestionarios. “las escalas Likert por ser escalas de nivel ordinal, no deben ser sujetas a procedimientos de análisis estadísticos a los que sí pueden someterse las variables intervalo o de razón; procedimientos que van desde el simple cálculo de promedios, hasta análisis factoriales o de regresión múltiple.” (Rositas, 2014).

Se decidió analizar los resultados del sistema con un enfoque no financiero para asegurar la validez de los datos.

Nuevo Laredo, Tamaulipas, es de los principales municipios del estado de Tamaulipas, virtud de tal aseveración tiene un mayor número de micros y pequeñas empresas, por lo que es realmente representativo para el presente trabajo y además es la principal aduana terrestre de México, genera el 34%, del IVA, a nivel nacional.

Tabla 1. Indicadores Socio demográficos

| Indicador | Nuevo Laredo | Nacional |
|---|--------------|-------------|
| Extensión (km ²)* | 1,334.02 | 1 950 668 |
| Densidad de pob. (hab./km ²)* | 313.8 | 57.3 |
| Población total* | 384,033 | 112 336 538 |
| Hombres (%)* | 49.7% | 48.8% |
| Mujeres (%)* | 50.3% | 51.2% |
| Edad mediana* | 25 | 26 |
| Alfabetizados | | |
| De 15 a 24 años* | 97.1% | 97.6% |
| 25 años o más* | 94.1% | 90.5% |

Nota:*Datos tomados de Panorama Sociodemográfico del municipio de Nuevo Laredo, Tamaulipas, (2011) y de Panorama Socio demográfico de México, (2011).

Interpretación: lo que se puede observar en esta tabla 1, vemos que Nuevo Laredo, Tamaulipas, solamente en lo que respecta al número de habitantes está por encima de la media nacional, pero en los demás indicadores son sumamente similares con la media nacional, como son población de hombres y mujeres, alfabetizados ,etc.

Tabla 2. Indicadores económicos de Nuevo Laredo

| Población económicamente | Nuevo Laredo | | | Nacional | | |
|--------------------------------|--------------|---------|---------|-----------|---------|---------|
| | Total | Hombres | Mujeres | Total | Hombres | Mujeres |
| Activa* | 53.4% | 73.0% | 34.2% | 52.6% | 73.4% | 33.3% |
| Ocupada | 94.8% | 93.9% | 96.6% | 95.5% | 94.7% | 97.0% |
| No ocupada | 5.2% | 6.1% | 3.4% | 4.5% | 5.3% | 3.0% |
| No activa* | 44.8% | 25.1% | 64.0% | 46.7% | 25.8% | 66.2% |
| No específico* | 1.8% | 1.9% | 1.8% | 0.7% | 0.8% | 0.5% |
| Situación pobreza ⁺ | 37.6% | | | 45.5% | | |
| Núm. empresas [^] | 13,447 | | | 4'844,165 | | |
| MiPEs [^] | 13,203 | | | 4'790,168 | | |

Notas: *Datos tomados de Panorama Socio demográfico de Nuevo Laredo (2011), de Panorama socio demográfico de México, (2011). ⁺ Datos tomados de CONEVAL, (2015a) y (2015b). [^] Datos tomados de INEGI, (2015).

Interpretación: En la tabla 2 se puede observar que en el PEA, muy similares con los datos de la media nacional, aunque en la población no activa esta por encima Nuevo Laredo, Tamaulipas, con el 20%, pero en la situación de pobreza esta por abajo, las MyPEs.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

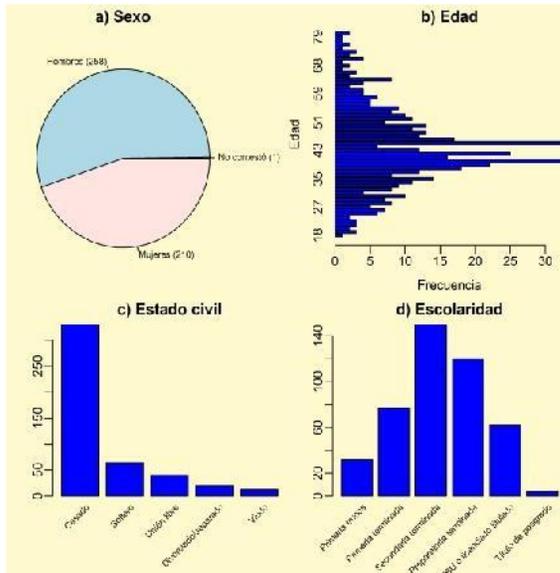


Figura 1. Características del emprendedor de la MIPES. Fuente: propia

En la figura 1, se puede observar el perfil empresarial donde predomina los hombres en un 55.3%, pero muy cerca mujeres con el 43.3%, y el 70%, son casados, con escolaridad de secundaria y preparatoria terminada, perfil de de los emprendedores del municio de Nuevo Laredo, Tamaulipas. Lo cual podría intuir que las empresas son por necesidad de una fuente de ingresos para subsistir y que las instituciones educativas de cualquier indole no estan generando una cultura emprendedora.

Resultados

De acuerdo al análisis de cada una de las variables y del comportamiento de las MyPEs, del municipio de Nuevo Laredo, Tamaulipas, y de sus resultados respaldan nuestra percepción y teorías sobre competitividad, concluyendo que la falta de innovación en el uso de las tecnologías, capacitación al personal en la planeación estratégica, son causas a menores niveles de competitividad, comparativamente con aquella que utilizan la innovación.

Estas son las características de las empresas MyPEs en Nuevo Laredo, Tamaulipas durante el 2015.

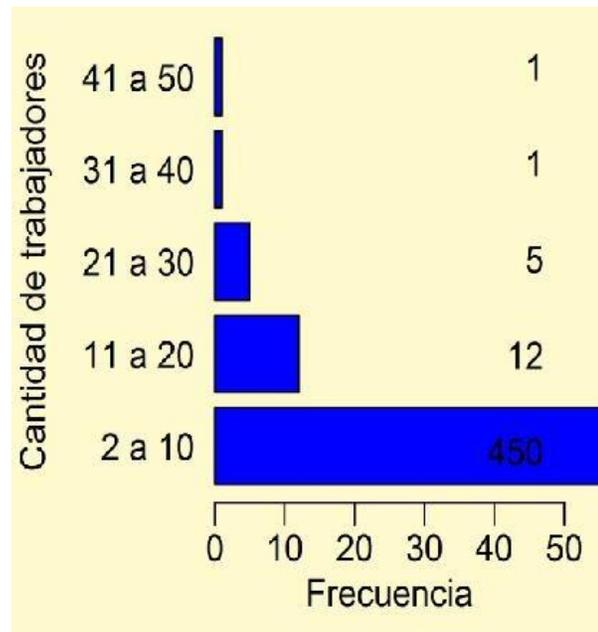


Figura 2. Tamaño de la empresa Fuente: propia.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

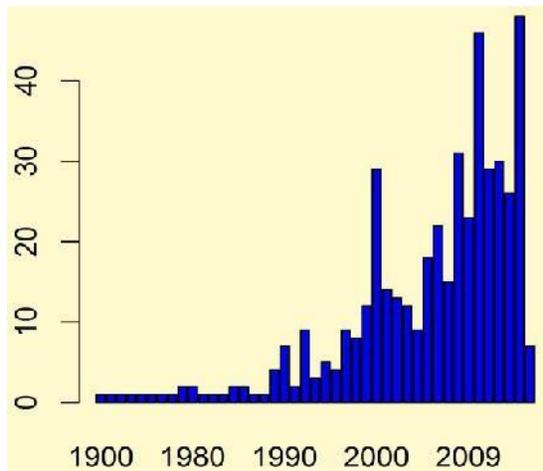


Figura 3. Año de fundación

El resulta obtenido se interpreta de la siguiente forma: El 93%, de las MyPEs, son de 2 a 10 empleados, y fueron creadas entre el periodo del 2000 al 2009, básicamente.

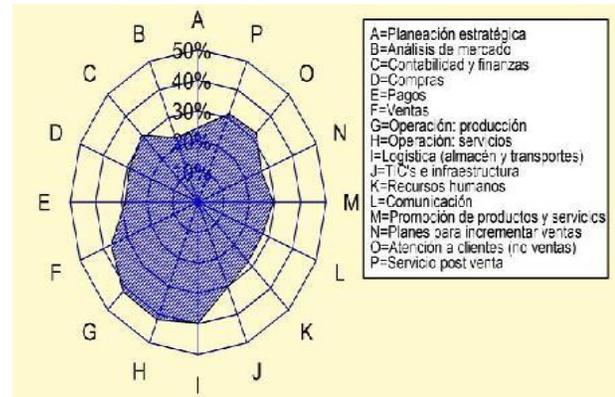


Figura 4. Grado de estructuración de la MyPEs.
Fuente: Propia

Las actividades con mejores resultados de acuerdo a lo señalado en la figura 4, son: La producción, operación área de oportunidad es en la planeación estratégica y estudios de mercado, ya que dichos resultados muestran que no se cuenta con esa actividad dentro del sector. Las variables de TIC son necesarias en la organización y desarrollo de la unidad de negocios para una mayor participación e integración en el sector productivo, tomando en cuenta las diferentes teorías de competitividad y lo por lo cual la innovación es fundamental en su permanencia en e mercado.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

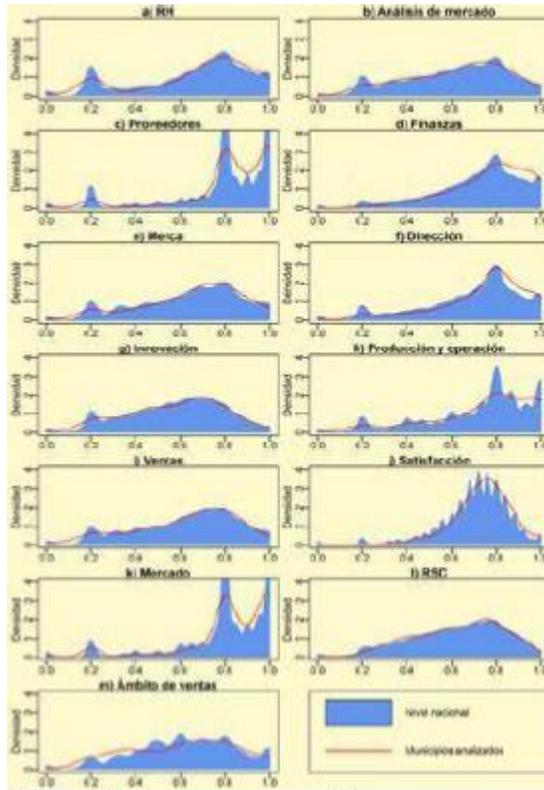


Figura 5. Infraestructura y servicios.
Fuente: redyan.

De conformidad a los resultados de las encuestas aplicadas la mayoría de las empresas MyPEs, cuentan con servicios básicos como son: El agua, drenaje, luz, teléfono e inclusive internet, pero aún con el último servicio no se llevan a cabo con regularidad el ecommerce y la atención a clientes en línea de acuerdo a los resultados de la figura 5, y que esta actividades son fundamentales y necesarias en la innovación de la organización, quedando de manifiesto esa falta de atención al cliente, por medio de online y ventas online, que estas actividades son claves para la innovación y falta de esta existe falta de innovación lo cual esta relacionada con el grado de competitividad.

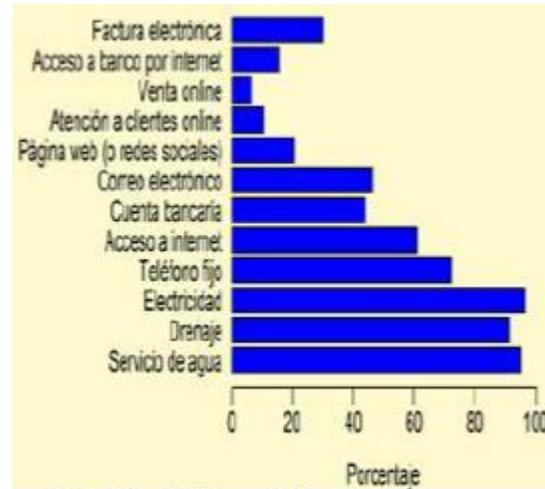


Figura 7. Densidad de las variables estudiadas

En la figura 7, nos muestra que en la variable de a): Recursos humanos es muy similar a la media nacional, en el apartado b): el análisis de mercado el comportamiento es igual a nivel nacional, en la variable c) los proveedores le dedican mayor número de personas y tiempo a esta variable. Así como en el comportamiento de la densidad de las variables es igual a la media nacional en los indicadores como son: d) finanzas, e) mercado, f) dirección, g) innovación, i) ventas, l) RSC , y son más notable el municipio de Nuevo Laredo, Tamaulipas, en las variables como h) producción, j) satisfacción, k) mercados, m) en el ámbito de ventas en estos indicadores se comportan en las organizaciones empresariales del municipio de Nuevo Laredo, Tamaulipas, con mayor estabilidad que la media nacional. Cabe resaltar que este tipo de empresas no se caracteriza por un gran desarrollo en innovación.se puede ver la falta de aplicación en esta área en la figura 7 inciso g



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

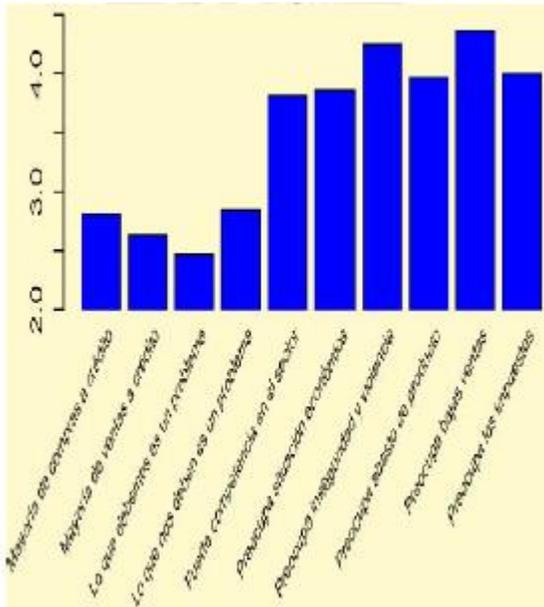


Figura 8. ente de la empresa.

En cuanto el contexto que los rodea la preocupación de estas empresas son primero: Las bajas ventas, posterior la inseguridad y violencia, tercero impuestos y situación económica del país.

Discusión

Las MyPEs requieren que se les dedique mayor tiempo a su estudio, en los factores que impactan más el nivel de competitividad, ya que representan de 9, de los 10 empleos que son generados por estas y además aportan el 52%, del PIB, y creadoras de diversas condiciones para ser fuente de riqueza, lo cual apoya al crecimiento y desarrollo económico del municipio, por lo todo esto se justifica el presente trabajo, en cuanto a las actividades realizadas en cuanto a promoción, mercadotecnia y comunicación, tienen áreas de oportunidad, ya que su grado de consolidación está por debajo de los parámetros a la media nacional y esto se traduce en la falta de contribución a la competitividad de las mismas, a

diferencia de las funciones de: finanzas y dirección, existe una relación positiva en las MyPEs, por lo que al menos un buen número de personas le dedican mayor tiempo a estas actividades, esto se traduce en funciones que impactan en el mayor nivel de competitividad apoyando al éxito dentro de las empresas. Todo esto se puede resumir en la falta de una buena planeación estratégica, e innovación debido seguramente por la falta de entrenamiento y capacitación de los propietarios. Pero aun así este sector empresarial contribuyen en forma significativa al nivel de competitividad del municipio de Nuevo Laredo, Tamaulipas, por la generación de empleos, riqueza que produce en la ciudad, pero también es de suma importancia señalar que las MyPEs, se ven impactadas negativamente por la falta de promoción, mercadotecnia y comunicación efectiva.

Conclusiones y trabajos futuros

Las MyPEs, en promedio el 65%, desaparecen antes de cruzar el valle de la muerte, (Huesca, 2010), hablando en años de operación que es de 2 años, por lo cual se vuelven empresas de sobrevivencia por la falta de herramientas administrativas y financieras, así como la falta de apoyos de los tres niveles de gobierno.

En esta competencia globalizada en donde las MyPEs, tienen menos recursos, que las empresas medianas y que decir que las grandes empresas, estas utilizan un grado menor de actividades de innovación el cual repercute en su nivel de competitividad al no tener procesos que generen valor agregado y la falta de herramientas que favorezcan a una relación positiva entre empresa y cliente. Estos procesos de innovación al implementarse cada uno en su ámbito, como en la planeación estratégica, fiscal, utilización de las TICs, para que puedan apoyarse en sus funciones y permanecer en el mercado, y se vuelvan verdaderas fuentes de riqueza y generación de empleo. Y desde luego que sean factores de impacto en el municipio de Nuevo Laredo, Tamaulipas.

Esto solo es el inicio de varias investigaciones para poder tener más evidencia de variables que impactan positivamente en el nivel de competitividad.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Referencias bibliográficas

Boscherini, F., & Yogue, G. (1996). La capacidad innovativa y el fortalecimiento de la competitividad de las firmas: el caso de las PyMEs exportadoras argentinas. *COMPETITIVIDAD, R. D. R. Y. (1996). DESARROLLO.*

CONEVAL. (2015). Informe anual sobre la situación de pobreza y rezago social 2015: Nuevo Laredo. México, D.F.

García, J. E., Blasco, O. B., & Serrano, V. C. (2005). ¿Competitividad e innovación en la micro y pequeña empresa? *Estudios de economía aplicada*, 23(3) 559-582. (Huesca, 2010)

INEGI. (2011). Micro, pequeña, mediana y gran empresa: Estratificación de los establecimientos. México: Instituto Nacional de Geografía e Informática.

INEGI. (2014). Censos Económicos 2014. Recuperado el 5 de julio de 2015, de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/default.aspx>

INEGI. (2015). Directorio estadístico de unidades económicas (DENUE). Aguascalientes, México. Recuperado de

<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx>

Katz, J., & Stumpo, G. (2001). Regímenes sectoriales, productividad y competitividad internacional. *Revista de la CEPAL.*

Martínez, J. R. (2014). Los tamaños de las muestras en encuestas de las ciencias sociales y su repercusión en la generación del conocimiento (Sample sizes for social science surveys and impact on knowledge generation).

Mandeng, O. J. (1991). Competitividad internacional y especialización. *Revista de la CEPAL.*

Morales Rubiano, M. E., Castellanos Domínguez, O. F., & Jiménez Hernández, C. N. (2013). Consideraciones metodológicas para el análisis de la competitividad en empresas de base tecnológica.

Panorama sociodemográfico de México. (2011). Aguascalientes, México.

Panorama sociodemográfico de Nuevo Laredo. (2011). Aguascalientes, México.

Sadowski, P. (1999). *Systems Theory as an Approach to the Study of Literature: Origins and Functions of Literature.* Lewiston, N.Y.: E. Mellen Press.

Secretaría de Economía. (2009, June 30). Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas. *Diario Oficial de La Federación.*

Silva Lira, I. (2005). Desarrollo económico local y competitividad territorial en América Latina. *Revista de la CEPAL*

Sobrino, J., & Sobrino, J. (2003). *Competitividad de las ciudades en México* (No. 338.90972 S6).

Vargas, B., & Del Castillo, C. (2008). Competitividad sostenible de la pequeña empresa: un modelo de promoción de capacidades endógenas para promover ventajas competitivas sostenibles y alta productividad. *The bi-annual academic publication of Universidad ESAN*, 13(24), June-2008.

Vázquez Barquero, A. (2000). Desarrollo económico local y descentralización: aproximación a un marco conceptual.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La Sucesión en las microempresas familiares de Acambay, México: Un estudio exploratorio

Área temática: El emprendedor y su prospectiva empresarial.

Nombre completo de autor(es).

Alberto Garduño Martínez
Fidencio Ochoa Flores
Yenit Martínez Garduño

Cuerpo Académico al que pertenecen:

Factores y procesos en la creación de empresas y responsabilidad social, con registro interno de la UAEM.

Institución de procedencia.

UAEM. Universidad autónoma del Estado de México.

Número(s) telefónico(s) y Correo(s) electrónico(s).

Alberto Garduño Martínez: agarduno72@gmail.com
Fidencio Ochoa Flores: fochoaf@uaemex.mx
Yenit Martínez Garduño: ymartine03@gmail.com
Tels: (712) 122 04 36, 122 04 46 y 122 01 33



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La Sucesión en las microempresas familiares de Acambay, México: Un estudio exploratorio

Resumen: *En el ámbito nacional e internacional, las empresas familiares son parte importante para las economías nacionales y regionales, lo que origina la necesidad de continuar estudiando el tema del cambio generacional al ser uno de los grandes problemas que ellas enfrentan, pues en México menos de la mitad de las empresas familiares logran subsistir a la segunda generación (Cabrera y González, 2008). En este sentido, el objetivo de este trabajo es identificar el contexto en el que se encuentran las microempresas familiares de Acambay, Estado de México, en relación con el asunto de la sucesión. Los principales hallazgos encontrados muestran que casi la totalidad de los empresarios desconocen algún tipo de información acerca de la sucesión y no cuentan con planes para tal efecto; sin embargo, es un tema que les preocupa y muestran disposición para que se elabore un plan para tal fin, pues existe la posibilidad de que, en un futuro, dejen el negocio para dedicarse a otras actividades.*

Abstract: *At the national and international scope, family businesses are an important part for national and regional economies, resulting in the need to continue studying the issue of generational change as one of the major problems they deal, as in Mexico less than half of family businesses fail to survive to the second generation (Cabrera y González, 2008). In this sense, the objective of this research is to identify the context in which family businesses are the Acambay, State of Mexico, in relation to the factor of succession. The main findings show that almost all companies know some information about the succession and neither have plans for this purpose; however, the existence of a plan for this purpose considered necessary because there is a possibility that the owners (as), in the future, leave the business to pursue other activities.*

Palabras claves: Sucesión empresarial. Sucesión de empresas familiares. Continuidad empresarial.

Introducción

En la actualidad, las empresas familiares de todo el mundo siguen siendo una de las fuentes más importantes de empleo, de promoción del consumo y de generación del producto interno bruto en cada país, sin embargo, existen varias problemáticas que enfrentan este tipo de empresas: un claro ejemplo es cuando llega el momento de pasar de una generación a otra. A este proceso se le denomina sucesión. El problema consiste en que no en todas las empresas se pasa de generación en generación de manera sana y en condiciones adecuadas. De acuerdo a un estudio realizado, en el 70% de las empresas mexicanas no se ha elegido a un sucesor y en el 61% no se tiene definido quién(es) se haría(n) cargo de preparar a este sucesor (Durán y San Martín, 2013).

No obstante lo anterior, existen empresas familiares micro, pequeñas, medianas y grandes, que a través del tiempo han logrado sobrevivir implementando una cultura empresarial que incluye los denominados planes de sucesión, que han sido una excelente estrategia para mantenerse en el mercado después de varios años de su nacimiento.

En este mismo contexto, la empresa familiar constituye una realidad esencial en los sistemas económicos del mundo, así mismo las propias empresas familiares están asumiendo que su naturaleza familiar es una característica más de la empresa y que influye en numerosos ámbitos organizativos (Casillas, Díaz, Rus y Vázquez, 2014), por lo que es importante analizar los factores que impiden su desarrollo, como la sucesión.

Para realizar este trabajo se llevó a cabo una investigación de campo que permitió conocer la situación actual de las empresas en el municipio de Acambay, mostrando que muchos de los dueños de estos negocios no conocen ningún tipo de información acerca de los planes de sucesión, que si en algún momento dejaran su negocio a alguien más, en primera instancia sería a uno de sus hijos (as) debido a lazo familiar que los une, pero no han pensado en planear el proceso de sucesión. Los resultados obtenidos sirven como un diagnóstico que permite que en el futuro se elaboren planes de sucesión para esas microempresas, como un nicho de oportunidad para el desarrollo de la profesión contable y administrativa.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

El documento está organizado de la siguiente manera: En la sección 2 se muestran los antecedentes y la revisión de trabajos previos, en la tercera sección se abarca la descripción del método elegido para la investigación. La sección 4 muestra los resultados obtenidos, la quinta la discusión y la sexta las conclusiones.

Teoría del dominio y trabajos previos

Lansberg (1983), apunta que una empresa se considera familiar si los miembros tienen el control legal sobre la propiedad, además de que éstos pueden formar parte de la dirección y tomar decisiones que contribuyan al logro de una meta en común. En México las micro, pequeñas y medianas empresas son el eje principal para la economía nacional. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en nuestro país existen alrededor de cuatro millones quince mil unidades empresariales, de las cuales el noventa y nueve por ciento son Pymes, que generan el cincuenta y dos por ciento de Producto Interno Bruto (PIB) y el setenta y dos por ciento del empleo en el país. Se estima que cerca del noventa por ciento de estas empresas, son de índole familiar (Jensen & Meckling 2009).

La Pequeña y Mediana empresa se puede definir como una unidad económica que es operada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización jurídica o gestión empresarial, que desarrolla cualquier tipo de actividad, ya sea de producción, comercialización o prestación de servicios (CONDUSEF, s/f). En este trabajo se usarán los criterios de la Secretaría de Economía (SE) para la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas, de acuerdo a la Tabla 1:

Tabla 1. Criterios de estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas

| Tamaño | Sector | Número de trabajadores | Monto de ventas anuales * | Tope máximo combinado ** |
|--------|--------|------------------------|---------------------------|--------------------------|
| Micro | Todas | Hasta 10 | Hasta \$4.00 | 4.60 |

| | | | | |
|--|-----------------------|-------------|--------------------|--------|
| Pequeña | Comercio | De 11 a 30 | | 93.00 |
| | Industria y servicios | De 11 a 50 | De \$4.01 a 100.00 | 95.00 |
| Mediana | Comercio | De 31 a 100 | De 100.01 a 250.00 | 235.00 |
| | Servicios | De 51 a 100 | | |
| | Industria | De 51 a 250 | | |
| * Millones de pesos. | | | | |
| ** Tope Máximo combinado = (trabajadores) x 10% + (ventas anuales) x 90% | | | | |
| Fuente: Diario Oficial de la Federación (DOF) 30 de junio de 2009 | | | | |

Por otro lado, se ha señalado que existen diversas dificultades que impiden el desarrollo empresarial de las empresas familiares, lo que da como resultado que en diversos países este tipo de empresas no sean productivas ni generadoras de empleo. En ese sentido, como menciona García (2006), hay situaciones familiares que ponen en peligro la vida misma de la empresa y todo esto es aún más grave cuando existe carencia de habilidades directivas, como por ejemplo: liderazgo, comunicación, trabajo en equipo y motivación.

En el contexto de la problemática de las empresas familiares, la sucesión familiar se presenta como uno de los problemas a los que se enfrentan comúnmente (Chávez, 2006). Es así, que en todas las empresas llega el momento de pasar de una generación a otra y es cuando se piensa en la sucesión (Fernández, 2011). En México, se estima que el cuarenta y cinco por ciento de las empresas familiares logran pasar de la primera a la segunda generación, es decir, logra el primer cambio generacional, sin embargo de la segunda a la tercera generación el porcentaje es alarmante, ya que más del ochenta por ciento no lo consigue (Cabrera y González, 2008).

Muchas empresas familiares optan por crear, desarrollar e implementar un plan de sucesión que, según Llauradó & Guinjoan (2000), ese plan debe estar basado en el análisis del entorno en el que compete la empresa y el potencial que esta pueda alcanzar, además debe recoger los objetivos que el dueño y la familia se plantean.

Con la misma perspectiva, Camisón (2014) comenta que un plan de sucesión familiar es el conjunto de acciones que son necesarias para llevar a cabo en el ámbito familiar y empresarial, bajo el control del que



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

va a ser sucedido, para conseguir el traspaso de gobierno, la gestión y la propiedad a la siguiente generación familiar con la finalidad de asegurar su continuidad en manos de la familia.

Una empresa familiar es aquella que pertenece de una manera continuada en el tiempo a personas de un círculo familiar y que es dirigida por uno o más de los miembros de este círculo (Llauradó & Guinjoan, 2000). De acuerdo a Leach (2000), es aquella empresa que está influenciada por una familia que puede controlar las operaciones de la entidad económica, ya que posee más del cincuenta por ciento de las acciones o del capital. Este mismo autor explica que para manejar la sucesión con éxito se debe establecer una asociación con la generación siguiente sobre bases que implican responsabilidad mutua, respeto y compromiso, y detalla los elementos de la misma:

- a) Inicio oportuno de planteamiento.
- b) Redacción de un plan para la sucesión.
- c) Compromiso de la familia y de los colegas en la propuesta.
- d) Sacar ventaja de un asesor externo.
- e) Realización de un proceso de entrenamiento.
- f) Anunciar el retiro oportuno.
- g) Hacer planes de retiro.

Por otra parte, por lo general los dueños de las empresas familiares tienen en mente que los hijos son quienes deben de continuar con el negocio, es decir, manejar lo que algún día ellos realizaron (Cabrera y González (2008). Los mismos autores apuntan que es lógico y natural, pues se trata de seguir incrementando el patrimonio económico y cuidar de aquellos bienes que hasta el momento se tienen contemplados, sin embargo Ruíz, Bañón y Ruiz (2011), en contraposición, considera que la sucesión puede ser una decisión no profesional, quizás porque la persona elegida no es la indicada o porque el sucesor no está capacitado para tomar esa decisión, o en muchos casos sucede que al hijo no le interesa el negocio del padre.

En este contexto, el propósito de este trabajo es hacer un análisis de la situación actual de las microempresas de Acambay, por medio de la

aplicación de un cuestionario, en relación al tema de la sucesión. En la cabecera municipal de Acambay, Estado de México, las empresas son manejadas por el padre de familia quien no ha preparado a la persona que lo suplirá en un futuro, lo que podría generar un estancamiento de la empresa en el momento en que el dueño ya no pueda seguir tomado las decisiones. De esta forma, se determinó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los aspectos generales que presenta el contexto de las microempresas familiares del municipio de Acambay, en relación a la sucesión empresarial?

Metodología

De acuerdo a Hernández et al (2010), los tipos de estudio dependen primero, del estado del conocimiento sobre el problema de investigación y, segundo, de la perspectiva que se pretenda dar al estudio. Para este trabajo, se tomaron en cuenta los estudios exploratorio y descriptivo al estudiar la sucesión desde la perspectiva familiar, cuya problemática se está presentando actualmente en las microempresas familiares ubicadas en la cabecera municipal de Acambay, pretendiendo especificar las características y los rasgos más importantes del contexto de dichas microempresas en el tema de la sucesión.

A continuación se menciona cada una de las fases que se utilizaron para el método empleado.

Fase 1: Se realizó con una actividad de investigación basada en la observación directa de los negocios, con el fin de examinar sus características. Fase 2: Se consultaron fuentes documentales para establecer las bases teóricas que permitieran analizar el contexto actual, en relación a la sucesión, de las microempresas familiares objeto de estudio. Fase 3: En esta fase se realizó una investigación de campo con la técnica de cuestionario, con la que se obtuvo información necesaria que sirvió de guía y material de apoyo para analizar el contexto basado en la opinión, el interés y el nivel de conocimientos que los empresarios muestran respecto al tema de la sucesión de su negocio.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Resultados

Se llevó a cabo la identificación de las Mipymes en la cabecera municipal de Acambay según los datos de la Dirección de Comercio del propio Ayuntamiento. Actualmente existen alrededor de doscientas Mipymes, de las cuales noventa son negocios familiares cuya actividad se muestra en la tabla 2.

Tabla 2. Actividades de las empresas familiares de la cabecera municipal de Acambay

| Actividad | Número de empresas familiares |
|---|-------------------------------|
| Compra-venta de ropa y zapatos | 25 |
| Actividades relacionadas con la comercialización de carnes y sus derivados | 17 |
| Ferreterías | 15 |
| Actividades agropecuarias | 13 |
| Otras actividades de las que sobresalen los pequeños centros comerciales, papelerías y panaderías | 10 |

Fuente: Elaboración propia con información de la Dirección de Comercio del Ayuntamiento de Acambay, México.

Como es de observarse, las empresas familiares de la cabecera del municipio se dedican a actividades relacionadas con el sector primario y terciario de la economía. De ellas la que sobresale es la compraventa de ropa y zapatos.

Con base en la información obtenida, se llevó a cabo la aplicación de un instrumento a 50 empresas familiares de la cabecera municipal de Acambay, mediante una selección no probabilística de conveniencia, con el propósito de obtener información acerca de la opinión, el interés y el nivel de conocimientos que los empresarios muestran respecto al tema de la sucesión de su negocio. El concentrado de los resultados se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3. Concentrado de resultados

| Concepto Analizado | Resultado |
|--------------------|-----------|
|--------------------|-----------|

| | | |
|--|--|-------------------|
| 1. Régimen de constitución del negocio | Persona Física 75% | Persona Moral 25% |
| 2. Participación de la familia en el negocio | Sí 90% | No 10% |
| 3. Personal que toma decisiones importantes | Dueño y familia: 90% | Otros: 10% |
| 4. Ventas anuales aproximadas MDP (Millones de pesos) | De 0 a 4 MDP 95% | Más de 4 MDP 5% |
| Concepto Analizado | Resultado | |
| 5. Personal que colabora en el negocio | 0 a 10 personas 85% | Más de 10 15% |
| 6. Conceptualización de la sucesión | Traspaso del poder 65% | Otros: 35% |
| 7. Conocimiento acerca de los planes de sucesión | Sí 10% | No 90% |
| 8. Ha pensado en algún sucesor | Sí 60% | No 40% |
| 9. Persona adecuada para manejar el negocio, cuando el dueño se retire | Hijos 70% | Otros 30% |
| 10. Conocimiento acerca cómo realizar el traspaso (sucesión) del negocio | Sí 10% | No 90% |
| 11. Necesidad de un plan de sucesión para el negocio | Sí 60% | No 40% |
| 12. Disposición para aceptar nuevos socios | Sí 70% | No 30% |
| 13. Tipo de liderazgo del dueño | Autocrático 65% Democrático 28% Otro 7% | |
| 14. Características del sucesor del negocio (Entre otras) | Responsable y honesto 29% Relación directa con el negocio 25% Confianza en sí mismo 12% Coherente y consistente 10% | |
| 16. Origen de los problemas del negocio | Falta de delegación 28% Causas familiares 62% Falta de procedimientos y planeación 10% | |
| 17. Tiempo de existencia del negocio | De 5 a 10 años 50% De 10 a 20 años 34% Más de 20 años 16% | |

Discusión

La mayoría de las empresas encuestadas (75%) están constituidas como personas físicas y el resto como persona morales. Es de resaltar que el 90% de los empresarios encuestados desconocen algún tipo de información acerca de la sucesión y no cuentan con planes para tal efecto; sin embargo el 60% de ellos considera que es necesario que en su negocio exista algún plan para tal fin, pues consideran la posibilidad, en un futuro, de dejar la empresa para dedicarse a otras actividades.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Se pudo identificar que el 50% de los dueños (as) respondieron que su negocio tiene trabajando de 5 a 10 años y el 34% tiene de 10 a 20 años, en contraste con el 16% que ha estado trabajando por un periodo de 20 años o más. Esto implica que en todos ellos se encuentra presente la primera generación y que los negocios que forman el último bloque (20 años o más) están cerca de hacer el cambio generacional.

Es relevante señalar que el 29% de los dueños (as) de los negocios encuestados considera que la principal característica de su sucesor es que sea responsable y honesto, en contraste con el hecho de que el 70% de los empresarios actuales considera que sus hijos pueden sucederlos en la administración de su negocio, sin embargo sería importante realizar un análisis más a fondo de esta circunstancia, pues como lo señala Ruíz, Bañón y Ruiz (2011, en ocasiones sucede que a los hijos no les interesa continuar con el negocio de sus padres.

Por último se aprecia que los empresarios perciben que la familia es el origen de los conflictos de la propia organización, pues el 62% de los encuestados considera que los problemas que surgen en su negocio se deben principalmente a causas familiares, es decir, que un problema familiar trasciende al convertirse en un problema de la empresa.

Conclusiones y trabajos futuros

La sucesión es un proceso crítico que todas las empresas viven en algún momento de su existencia. Es fundamental para cualquier compañía lograr permanecer en el tiempo y, por lo tanto, es necesario que los empresarios estén preparados para este proceso inevitable y poder garantizar la continuidad de la empresa en manos de la familia.

La empresa familiar, como cualquier otro tipo de empresa, tiene ventajas. Entre las más importantes se resaltan los vínculos sociales y afectivos, la lealtad, el espíritu de lucha, el trabajo en equipo y la experiencia laboral. Sin embargo, a través tiempo y la convivencia surgen conflictos que muchas veces son

trasladados del orden empresarial al familiar, lo que impide el crecimiento y desarrollo de la misma.

Los dueños de las empresas analizadas opinan que aunque desconocen el cómo llevar a cabo el traspaso de su negocio a la siguiente generación, es un tema que les preocupa y resulta de gran interés el poder realizar ese proceso de forma exitosa para disminuir el riesgo de conflictos familiares e incrementar la posibilidad de sobrevivencia de la empresa.

El estudio realizado sirve como un diagnóstico que permite conocer la situación actual de las empresas familiares en el municipio de Acambay, Estado de México, el cual ha revelado que existe un importante nicho de oportunidad para la profesión contable y administrativa.

Por otro lado, se considera, pues, que por la importancia que reviste el tema de la sucesión, éste debe ser planeado, ordenado y definido seriamente, manteniendo un equilibrio razonable entre la empresa, la familia y la propiedad, con el propósito de aminorar los posibles conflictos que se dan en el traspaso del negocio a la siguiente generación. El establecimiento de un plan de sucesión sirve para una transición adecuada de una generación a la siguiente. La ausencia de éste podría generar la falta de legitimidad de quienes asumen la administración de la empresa.

Finalmente, considerando la naturaleza exploratoria de la presente investigación, se podría continuar con el estudio particular de cada empresa para determinar el plan de sucesión más conveniente, acorde a las características y necesidades de cada uno de los empresarios.

Otro posible tema para continuar con la presente investigación sería que se aplicara el mismo instrumento en otros municipios y hacer un estudio comparativo con el propósito de analizar el contexto empresarial familiar en la región norte del Estado de México.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Referencias bibliográficas

- Cabrera, R. & González J. (2008). Plan de sucesión en empresas familiares: Garantizando la continuidad del negocio. Recuperado de: <http://www.mundopymeabm.org.mx/pdf/PlandeSucesionenlasEmpresasFamiliaresKPMG.pdf>
- Camisón, C. (2014). Cuaderno de Trabajo. Planificación de la sucesión: planes de relevo en el liderazgo. Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Valencia (02), 38-45
- Casillas, J. C., Díaz C., Rus, S. y Vázquez, A. (2014). La gestión de la empresa familiar. Conceptos, casos y soluciones. España: Ediciones Paraninfo.
- Chávez, I. (2006). La empresa familiar: problemas y soluciones. México.
- CONDUCEF (Comisión Nacional para la Defensa de los Usuarios financieros) (s/f) Empresario PYME como usuario de servicios financieros. Recuperado de: http://www.conducef.gob.mx/PDFs/cuadros_comparativos/bancos/cuentas_credito/pymes/empresario_pyme.pdf
- Diario Oficial de la Federación (DOF) 30 de Junio de 2009.
- Durán J.A. y San Martín J. M. (Septiembre-Diciembre 2013) Estudio Comparativo de la Empresa Familiar en México en el Contexto Mundial. Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática. 2 (5) 21-54
- Fernández, P. (Primer semestre 2011). El rostro familiar de los nuevos global players: la gran empresa familiar en México, Brasil y China en el siglo XXI. *Apuntes*. 38(68) 267-277
- García, M. (2006). Estrategias para una sucesión exitosa en la empresa familiar. Madrid: Innovaciones de Negocios
- Hernández Sampieri, R. Fernández Collado, C. Baptista Lucio, P. (2010) Metodología de la Investigación. 5ª Edición. Graw Hill. México.
- Jensen, M. & Meckling, W. (2009). Theory of the Firm, Managerial Behavior, Agency costs and ownership structure. Nueva York: 2009. DOI: <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511817410.023>
- Lansberg, I. (1983). Managing Human Resources in Family Firms: The Problem of Institutional Overlap. 39-46. Recuperado de: <https://oekonomica.files.wordpress.com/2013/12/lansberg-i-s-1983-managing-human-resources-in-family-firms-the-problem-of-institutional-overlap-organizational-dynamics-121-39-46.pdf>
- Leach, P. (2000). La empresa familiar. Ediciones Granica S.A.
- Llauradó, J. M & Guinjoan M. (2000). El empresario familiar y su plan de sucesión: preguntas y respuestas. Madrid. Ediciones Díaz de Santos.
- Ruiz P., Bañon A.J. y Ruiz C. (2011) La moral en las organizaciones empresariales: un enfoque sobre su valor y fortaleza estratégicos para la gestión empresarial. *Cuadernos de Gestión*. (11) 15-31. DOI: 10.5295/cdg.100221pr



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Los emprendedores sociales como agentes de cambio en la vida de grupos vulnerables.

Área temática: El emprendedor y su prospectiva empresarial.

Nombre completo de autor(es): Susana González Rodríguez

Martha Catalina López Hernández

Víctor Manuel López Ayala

Cuerpo Académico al que pertenece: Tecnologías y desarrollo emprendedor

Institución de procedencia: Universidad Politécnica del Valle de México

Número(s) telefónico(s) y Correo(s) electrónico(s).

55 38 96 32 00

55 39 59 82 39

55 65 20 34 25

sususy4@hotmail.com

martha205_lopez@hotmail.com

victor_ayala2000@yahoo.com.mx



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Los emprendedores sociales como agentes de cambio en la vida de grupos vulnerables en México.

Resumen: *El presente trabajo muestra que los programas sociales que únicamente dependían de instituciones gubernamentales han pasado a ser una oportunidad para los emprendedores sociales, quienes utilizando enfoques del mundo comercial y empleando tecnología, abordan problemas sociales y ambientales; logrando grandes beneficios en grupos vulnerables. Crean valor social a través de ideas innovadoras, aprovechando los recursos con que se cuenta para lograr un desarrollo social, económico y comunitario; creando un crecimiento sostenible. Al actuar de esta manera, fungen como agentes de cambio que ayudan a disminuir el desempleo, la desigualdad social, buscan la creación y sostenibilidad del valor social.*

En México han surgido empresas e instituciones tanto públicas como privadas que apoyan a este tipo de empresarios que han demostrado que son líderes, innovadores, creativos; que identifican una situación social que daña a las personas, que cause exclusión, marginación o sufrimiento de algún sector de la sociedad y que buscan crear un nuevo equilibrio que asegure beneficios permanentes para la comunidad en la que interactúan.

Abstract: *The present work shows that social programs that only depended on government institutions have become an opportunity for social entrepreneurs who approaches using the business world and using technology, addressing social and environmental problems; achieving great benefits in vulnerable groups. Create social value through innovative ideas, drawing on the resources with which account for attaining social, economic and community development; creating sustainable growth. By acting in this way, act as change agents that help reduce unemployment, social inequality, seeking the creation and sustainability of social value. In Mexico there have been companies and public and private institutions that support this type of entrepreneurs who have demonstrated that they are leaders, innovators, creative; identifying a social situation that hurts people, that cause exclusion, marginalization or suffering from any sector of society and seeking to create a new balance that ensures permanent benefits for the community in which they interact.*

Palabras clave: Emprendedores sociales, Desarrollo Social, Crecimiento sostenible

Introducción

La necesidad de encontrar soluciones a las crisis alimentarias, ambiental, económica y social motivó el acercamiento de dos mundos que, hasta hace algunos años, se encontraban en polos opuestos: las empresas y los proyectos sociales. Esta unión dio paso a un nuevo modelo económico: los

emprendimientos sociales. (Burgess, 2011)

Ser emprendedor no gira en torno a vender cosas; radica en encontrar formas innovadoras de mejorar la vida de la gente. Hasta hace poco la mayoría de los empresarios se enfocaban en productos y servicios que atrajeran a los consumidores, y esto resultaba en la creación de muchas grandes compañías y muchos empleos. Pero las actitudes están cambiando. Una nueva generación de emprendedores está recurriendo a enfoques del mundo comercial y empleando la tecnología para abordar temas sociales y ambientales; estas áreas eran territorio exclusivo de las agencias gubernamentales y las organizaciones de caridad. (Branson, 2013). Esto ha

generado que surjan emprendedores sociales que buscan mejorar las condiciones de vida de grupos considerados vulnerables como mujeres, grupos indígenas, personas con discapacidad, migrantes, etc. El resto de éste *paper* está organizado de la siguiente manera:

Se muestra lo que los autores han previamente investigado acerca de los emprendedores sociales, del emprendimiento social en México, organizaciones que se encargan de motivar y promover el emprendimiento social y su forma de evaluarlos, convenios celebrados, ejes para impulsar el crecimiento de negocios sociales en

México y el uso de la tecnología por los emprendedores sociales. Se mostrará la metodología utilizada, así como los resultados obtenidos y finalmente las conclusiones.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Teoría del dominio y trabajos previos

Han pasado varias décadas desde que Bill Drayton en los años 80 adoptara el concepto de emprendimiento social y fundara en Estados Unidos la asociación de emprendedores sociales innovadores más importante del mundo: Ashoka, iniciándose con ello una de las dos escuelas de pensamiento americanas, la denominada Escuela de Innovación Social (Dees y Anderson, 2006). Esta escuela centra el foco de atención en la figura del emprendedor social como un creador de cambio y generador de valor social.

Se puede afirmar que el emprendedor social es un tipo de emprendedor que identifica una oportunidad de negocio que está basada en la resolución de un problema social -como el analfabetismo o la drogadicción- a través de una solución innovadora y creativa, apoyada en una buena idea y en el desarrollo de un proyecto empresarial. No se trata de caridad o filantropía, y no son necesariamente empresas sin ánimo de lucro (como en muchos casos se identifica a este tipo de actividades), sino que puede tratarse de cualquier modelo de negocio motivado por la necesidad de ayudar a los demás y de llevar a cabo un cambio social. Es decir, la clave de los emprendedores sociales se centra, como se ha apuntado, en la creación de valor social sostenible.

Borstein (2004) lo define como un pionero, capaz de combinar visión de futuro y creatividad para la resolución de problemas, que tiene un fuerte carácter ético y que está totalmente comprometido con una actitud de cambio. Por su parte, Light (2006) pone de manifiesto que se trata de un término popular pero en muchas ocasiones confuso, que es empleado para describir diversos conceptos, proponiendo que se trata de cualquier individuo, grupo, red, organización o alianza, que busca un cambio sostenible y a gran escala, desarrollado a través de ideas innovadoras sobre cómo afrontar los problemas sociales importantes, destacando así la posibilidad de tratarse de un colectivo y no de un único individuo. (Bergamini, López-Cozar, & Rodríguez, 2014)

Los emprendedores sociales son agentes activos en el capital social, pues a través de las relaciones que van desarrollando y fortaleciendo, intercambian con otros emprendedores e instituciones, recursos o beneficios recíprocos, generando con ello, una relación de confianza que los compromete con su entorno presente y futuro. (Ostrom, Tk, & C., 2003)

Un emprendedor social es una persona que busca resolver los problemas sociales más apremiantes, de una manera innovadora y con un enfoque de alto impacto. Tiene el temperamento, espíritu, creatividad y determinación de un emprendedor de negocios; sin embargo, aplica estas cualidades para solucionar problemas sociales en lugar de buscar una ganancia económica. (Ashoka, 2016)

Ser emprendedor social, es un reto tan grande como el de las empresas más ambiciosas, pero con una gran ventaja: el servicio a los demás es el negocio más seguro. (Guzmán & Colunga, 2004)

El emprendedor social tiene el objetivo fundamental de crear valor social en lugar de riqueza personal. (Apetrei, 2013)

La literatura destaca una variedad de definiciones, pero todas estas se centran en cuatro elementos clave del emprendedor social. (Dancin & Tracey, 2011):

1. Las características individuales de los emprendedores sociales (Light, 2009, Mortetal., 2003)
2. La esfera de actuación de las acciones que llevan a cabo (Traceyetal., 2009)
3. Los procesos y los recursos utilizados por los mismos (Dancin, Dancin & Tracey, 2011)
4. La misión de los emprendedores sociales. (Peredo & Mc Lean, 2006)

Por lo tanto, definir el emprendimiento social en función de las características individuales de la persona es una ardua tarea. Por ello, gran parte de la literatura considera que el factor que se refiere a la misión del emprendedor social es el más relevante a la hora de



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

realizar una definición (Dancin, Dancin & Tracey, 2011, Peredo & McLean, 2006, Thompson, 2002).

Sin embargo, aunque las características individuales no se pueden incluir en la construcción de una definición única, sí que son una parte muy importante de la imagen del empresario. Además, estas características pueden ayudar a explicar el comportamiento social de un emprendedor y hacer comparaciones entre los emprendedores sociales de todo el mundo. (Apetri, Ribeiro, & Roig, 2013)

No solo caben en este contexto los que manejan y poseen una empresa comprometida con alguna necesidad social: también los que tienen la inquietud de ofrecer bienes y servicios que puedan ayudar a otros a tener una mayor calidad de vida, realizando acciones filantrópicas – independientemente del reconocimiento social- y promueven acciones solidarias para apoyar a los sectores más vulnerables. Sobre estos temas existen investigaciones que afirman que las pequeñas y medianas empresas tienen una conexión más directa con las necesidades de su comunidad, que la que posean las empresas grandes, esto es emprendedores sociales dueños de empresas pequeñas y medianas, tienen un vínculo mayor con el desarrollo de la región. (Nava, Mercado, & Demuner, 2013)

Metodología

El presente trabajo es de tipo documental analítico ya que se analizarán diversos emprendedores sociales en México y empresas que se encargan de orientarlos y promoverlos, así como los beneficios que han adquirido ellos y la población a quien van enfocados.

Resultados

De acuerdo con el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo (CONEVAL), 46 por ciento de los mexicanos vive en pobreza y 10.4 por ciento en pobreza extrema. Además, México carece de 7 millones de hogares para familias de escasos recursos. Estas cifras colocan a nuestro país en una situación vulnerable, pero también proporcionan una interesante

oportunidad a los emprendedores que deseen desarrollar un negocio exitoso con un impacto social positivo.

Armando Laborde, director de Ashoka en México y Centroamérica, una organización que promueve el emprendimiento social en más de 70 países, considera que un emprendedor social se diferencia en que su motivador es resolver una problemática social o ambiental.

En países como México, el emprendimiento social muchas veces surge a partir de individuos que son parte de las comunidades necesitadas y que se deciden a actuar por la ineficiente respuesta del gobierno. Rhett Morris, Director de Endeavor, un centro de emprendimiento de alto impacto, destacó en el (Redefining) Success in a Changing World que las limitaciones de los programas sociales gubernamentales y la filantropía en América Latina han catalizado la participación de los emprendedores sociales para entregar servicios esenciales. Así, la empresa social constituye una pieza fundamental para disminuir problemas como la pobreza y el deterioro ambiental. De hecho, en algunos casos los emprendedores son la única fuente legítima de estos servicios. (Entrepreneur, 2014)

El [emprendimiento](#) social es una de las actividades más complicadas que requiere sobre todo de coraje, y dedicación. Hoy en día existen muchos programas y oportunidades para que los emprendedores escalen sus ideas, uno de ellos es The Venture, el fondo de un millón de dólares que busca financiar a una nueva generación de emprendedores sociales.

Fomentando el emprendimiento social: Existen diferentes organizaciones que se encargan de motivar y promover el emprendimiento social como las siguientes:

- **The Venture** es una propuesta encabezada por Chivas Regal, para buscar y apoyar a las startups más prometedoras con potencial para tener éxito financiero y generar un impacto positivo en la vida de los demás. Su informe señala que 95% de los emprendedores sociales piensa que es posible que una empresa combine los beneficios económicos con un impacto social positivo. Aunque aún el 65% piensa que el financiamiento es una



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

barrera para poner en marcha un emprendimiento social. En el inicio del segundo año de The Venture, algunos emprendedores sociales hablaron acerca de lo que significa iniciar en esta aventura, de los fracasos y la importancia de la sociedad: “El emprendimiento social es una forma de vida, una forma de mejorar nuestras condiciones y no quedarnos a gusto en donde estamos. Tenemos que actuar y ese actuar es el emprendimiento social”, señaló Francesco Piazzesi, fundador del proyecto ¡Échale! A tú Casa y ganador de la primera edición de The Venture.

Para Manuel Wiechers, fundador del proyecto Iluméxico que busca llevar iluminación a comunidades rurales, el emprendimiento social es una responsabilidad con los demás. “Mientras trabajaba en un corporativo no me sentía a gusto ahí, yo siempre tenía la idea de que podría hacer algo más de sólo estudiar y tener un trabajo”.

Por su parte, Francisco Acuña, fundador de Trust Global, proyecto de financiación para comunidades rurales e indígenas, señala que estas comunidades podrían impulsar al país de manera importante. “La gran riqueza del país puede estar en las comunidades indígenas”. (Villafranco, 2015)

- **Crea Comunidades de Emprendedores Sociales, A.C.** es una Organización de la Sociedad Civil constituida en 2008 que desarrolla y ejecuta programas únicos y personalizados para empoderar e impulsar a mujeres emprendedoras y empresarias de zonas social y económicamente marginadas. Responde a las necesidades de estas mujeres por medio de una metodología participativa y práctica, y de servicios personalizados. Están conscientes de que el éxito de los programas depende no sólo del desarrollo de las beneficiarias como tomadoras de decisiones y líderes en sus empresas, hogares y comunidades, sino también del cambio de la mentalidad en cuanto al papel de la mujer como emprendedora, empresaria y tomadora de decisiones. Actualmente, **Crea** cuenta con seis Centros de Desarrollo Empresarial en Toluca, Querétaro, Aguascalientes, Hidalgo y Distrito Federal como parte del piloto del programa **Mujeres Moviendo México**. Algunos de sus casos de éxito son:

* Patricia, mujer emprendedora que produce tamales Tamalkua que ha hecho crecer su negocio y cruzar fronteras. Mujeres Moviendo México la empujó a llevar su producto a donde fuera, a darle un valor. Patricia dice que gracias al programa Mujeres Moviendo México se ha vuelto una mejor tomadora de decisiones. Además, ha aprendido a llevar su contabilidad y ahora paga impuestos. Patricia está muy orgullosa de pagar impuestos ya que aprendió, por experiencia, que es así que el gobierno puede apoyar a más personas y a más mujeres emprendedoras y empresarias. Actualmente, está a punto de ser beneficiaria de 80,000 pesos ya que fue aceptada para la convocatoria 2.2 del INADEM. Con esto, ella piensa mejorar su infraestructura: comprar batidoras y maquinaria. Quiere poder producir más, sin perder el toque artesanal y sin sacrificar calidad.

Asimismo, acaba de ser aprobada como proveedora y distribuidora a nivel nacional por parte de Liverpool. Además, está en pláticas con las universidades en Toluca para poder meter sus productos a los comedores universitarios.

Claudia asistió a las capacitaciones de Crea impartidas en Mujeres Moviendo México en tema de Desarrollo de Habilidades Empresariales, Iniciativa Personal y fue parte del piloto de Desarrollo de Habilidades Digitales. En 2014, acreditó el curso en línea del INADEM para aplicar a la Convocatoria 2.2 y resultó beneficiada con un apoyo de \$70,000.00 pesos por su proyecto "Maquinaria e insumos para la elaboración de yoghurt, queso rancharo y queso panela", con el cual pudo invertir en maquinaria más adecuada para su producción. Con ayuda del Coordinador de Negocios, registró su marca "14 Reales". Cada día crece más su negocio y actualmente está pensando en llevar su producto a otros rincones del país.

* Araceli es dueña de Aldich, una empresa que formó con su esposo, en donde crean jarabes, fruta deshidratada y mezclas en polvo para smoothies, cafés y malteadas. Realizó sus estudios de licenciatura en Química en la Universidad Autónoma del Estado de México y estudió la maestría en el Instituto Politécnico



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Nacional. Durante varios años ejerció sus conocimientos como Maestra de Química en varias instituciones y colegios. Hace casi diez años decidió poner en práctica sus conocimientos de Química para cumplir su sueño y poner un negocio. Es en un laboratorio de 100 metros cuadrados, en donde nacen las ideas y donde se han creado más de 500 fórmulas innovadoras para elaborar productos gourmet. (CREA, 2016)

- **UBS**, compañía líder en el sector de los servicios financieros globales, considera la responsabilidad social como parte integral de su identidad y modelo de negocios, los cuales están dirigidos a la creación de un valor sostenible que contribuya al bienestar tanto de sus clientes, empleados y accionistas, así como de su comunidad. Como muestra de su compromiso con la sociedad, UBS decidió crear Visionaris - Premio UBS al Emprendedor Social para apoyar el trabajo de emprendedores sociales destacados. Con esa finalidad, UBS se asoció en el año 2004 con Ashoka, organización internacional fundada en 1980 con el propósito de colaborar en la profesionalización de los emprendedores sociales alrededor del mundo. Actualmente, Ashoka trabaja en 60 países de los cinco continentes y cuenta con una red internacional de cerca de 3.000 emprendedores sociales (fellows). Para UBS y Ashoka, un emprendedor social es una persona excepcional que posee la visión, creatividad y determinación de un emprendedor de negocios, pero usa estas cualidades para diseñar soluciones sistémicas para atacar problemas sociales complejos.

Los candidatos serán evaluados sobre la base de los siguientes parámetros:

a) El candidato debe ser emprendedor social

- Una idea nueva. ¿Tiene el candidato una idea realmente nueva para resolver una necesidad social? ¿Se trata de una verdadera innovación que produce un cambio, o es sólo una adaptación/ajuste de cómo se realizan las cosas actualmente? ¿En qué forma es diferente a lo que otros realizan en su campo de acción?

¿Se enfrenta firmemente al escepticismo de la manera de pensar convencional?

- Fibra ética. ¿Es la persona totalmente honesta? ¿Usted confiaría instintivamente en ella? (una rápida prueba intuitiva: imagine que usted está en peligro: ¿estaría totalmente cómodo de estar con esta persona?) ¿Tiene una profunda motivación y firme compromiso de servicio a los demás? b) La organización social que encabeza el nominado debe tener un impacto social probado, haber diversificado sus fuentes de ingresos y diseñado mecanismos innovadores de financiación y disponer de una situación institucional y financiera transparente.

- Impacto social. ¿Cuál es el problema que se está intentando resolver? ¿Cuál es el contexto social y político en el que se encuentra este problema? ¿Cuál es la magnitud de la población afectada por este fenómeno o el tamaño del mercado objetivo (estadísticas del país)? ¿Cuál es el impacto social de su modelo de intervención? ¿Cuáles son los cambios en las personas y/o en la sociedad que se están alcanzando a través de esta estrategia de trabajo? ¿De qué manera es innovador su modelo de intervención? ¿Hasta qué punto le ha permitido su idea servir a poblaciones o segmentos tradicionalmente desatendidos por las autoridades tanto locales como centrales- el sector privado y ONGs? ¿Cuáles son las alternativas al modelo de su organización? ¿Cuál es su ventaja?

- Diversificando ingresos, innovando financiación. ¿Cuál es el caso de más innovador de captación de recursos que se ha implementado? ¿Cuánto representó éste del total de los ingresos? Describa brevemente ¿Está llevando a cabo la organización una estrategia venta de productos o servicios como parte de su modelo de operación? ¿En qué consiste ella? ¿Ha participado la organización en modelos de crowdfunding (financiación colectiva a través del internet)? ¿Se han diseñado mecanismos que permiten financiación a través de garantías, deuda o participación patrimonial por parte de inversores? ¿Cómo está conformada su estructura de captación de recursos o de financiación? ¿Existe un departamento específico? ¿Cuál es el perfil de los profesionales que



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

trabajan en ella? ¿Existe una estrategia para diversificar las fuentes de ingresos de la organización a largo plazo? ¿Qué medidas se han adoptado para implementarla?

- Dimensión económico-financiera. ¿Cómo distribuyó el presupuesto de 2015 en sus distintos programas/proyectos? ¿Cuenta el emprendedor con fuentes de financiamiento seguras? ¿Qué porcentaje de su presupuesto utiliza para aspectos administrativos y de recaudación de fondos? • Potencial de aprovechamiento de Visionaris. ¿Ayudaría el capital financiero que obtendría mediante la consecución del premio a potencializar el impacto social de la iniciativa? ¿En qué áreas sería invertido dicho dinero?

Durante la ceremonia de premiación, el ganador recibirá un diploma y la cantidad de USD 35,000 o su equivalente en moneda nacional, con un cheque o transferencia a nombre de la organización para invertir en ella. Cada uno de los otros tres finalistas recibirá un diploma y la cantidad de USD 10,000 o su equivalente en moneda nacional, con un cheque o transferencia a nombre de la organización para uso relacionado a su proyecto. A más del aporte económico, los candidatos finalistas tendrán la oportunidad de participar, previo a la entrega del premio, en un seminario sobre relación con inversionistas sociales, evaluación de impacto y presentación de proyectos. Además, la sola participación en el evento de premiación consiste en sí una excelente oportunidad para extender la red de contactos y conocer potenciales donantes, lo cual es un aspecto no-económico del premio que también debe ser considerado. El ganador y finalistas de Visionaris 2015, fue Enrique Lomnitz de Isla Urbana y los finalistas: Víctor Berrueta de GIRA; Ana Coll de Iluméxico y Raúl Mendoza de Germinalia, A.C. (VISIONARIS, 2016)

Reconociendo la importancia de los emprendedores sociales, el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) y Ashoka Emprendedores Sociales A.C. (Ashoka) firmaron la declaratoria de intención para establecer las bases, líneas de trabajo y contribuir al desarrollo de México, a través del fomento y mecanismos de apoyo a

emprendedores de carácter social. El INADEM impulsará a las empresas de la economía social, mediante la promoción, desarrollo y cooperación regional e intersectorial; con ello se mitigarán las diferentes formas de exclusión económica y productiva, y se fortalecerán sus capacidades técnicas, administrativas, financieras y gerenciales.

Ashoka, que tiene presencia en 70 países y más de 30 años de experiencia, impulsará el cambio y la innovación, a través de la promoción del emprendimiento social en diferentes sectores de la población. También detonará el potencial de agente de cambio y apoyará a líderes emprendedores sociales, brindándoles recursos económicos, soporte profesional y acceso a una red global. Los beneficiarios de esta declaratoria de intención serán los emprendedores sociales, quienes buscan resolver los problemas más apremiantes de una manera innovadora y con un enfoque de alto impacto.

Los emprendedores sociales tienen el temperamento, espíritu, creatividad y determinación de un emprendedor de negocios; sin embargo, aplica estas cualidades para solucionar problemas, en vez de buscar, primordialmente, una ganancia económica. Los beneficios que otorga este convenio son:

- Acercamiento a recursos económicos, a través de Ashoka, para el desarrollo del negocio y vinculación con una red profesional del sector de emprendimiento social.
- Participación en foros nacionales y eventos globales, con el objetivo de colaborar y compartir ideas.
- Posibilidad de aplicar a las convocatorias del INADEM enfocadas a emprendimientos sociales.
- La oferta de servicios a la cual tendrán acceso los emprendedores sociales, se podrá localizar en los sitios de internet del INADEM www.inadem.gob.mx y de Ashoka www.mexico.ashoka.org, así como en los eventos en que participen. (Economía, 2014)



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

¿Los emprendedores sociales buscan obtener lucro? De inicio, no.

En un inicio se comenta que lo que persiguen los emprendedores sociales es ayudar a grupos vulnerables de manera sustentable, existe el caso de “las Patronas”, las cuales actúan sin fines de lucro y que iniciaron cocinando para los migrantes.

Norma Romero Vázquez y un grupo de mujeres de su familia cocinan diariamente, en una cacerola de casi un metro de diámetro, el arroz que más tarde reparten en bolsas de plástico a migrantes centroamericanos que viajan en tren rumbo a Estados Unidos.

Empiezan a las 10 de la mañana y también preparan frijoles, cortan panes y llenan botellas con agua para aliviar la pesadez del viaje de quienes cruzan La Patrona—un barrio de la cabecera municipal de Amatlán de los Reyes, Veracruz— en busca del sueño americano.

Después de más de una década de seguir esta rutina al frente del grupo conocido como *Las Patronas*, Norma Romero fue reconocida con el Premio Nacional de Derechos Humanos 2013.

En su travesía, los migrantes son víctimas de pandillas, miembros del crimen organizado y de agentes y policías corruptos. Además de los secuestros, sufren extorsiones, robos, violaciones y asesinatos.

Veracruz, estado del oriente de México, es uno de los principales escenarios de estos crímenes. Por su territorio cruza el tren conocido como *La Bestia*, que los migrantes usan para alcanzar suelo estadounidense.

Las Patronas colaboran con otros religiosos reconocidos por su trabajo a favor de los migrantes, como el sacerdote Alejandro Solalinde, Fray Tomás

González y la organización Pastoral de la Movilidad Humana, que agrupa unos 60 albergues y comedores que apoyan a migrantes. (EXPANSIÓN, 2013)

Debido a la importancia que han obtenido las patronas, diversas personas se han sumado a esa labor, otorgando donaciones y se han organizado eventos para recabar fondos en apoyo a su labor.

El 26 de noviembre de 2011 en Xalapa, Veracruz se organizó una jornada de solidaridad artísticocultural llamada *Va por Las Patronas*. Durante esta acción se pidió a la población que donara alimentos no perecederos y ropa en buen estado. El grupo que organizó el evento tuvo apoyo de personalidades como Elena Poniatowska, Damián Alcázar y Jesusa Rodríguez. Durante esta jornada se recaudó 6 toneladas de alimentos. El 2 de junio de 2012 se organizó una segunda jornada también en Xalapa, Veracruz organizada en esta ocasión por la comunidad de jazz donde se logró reunir una carga de aproximadamente tonelada y media de donaciones entre ropa y comida.

En septiembre de 2012 se inició también una campaña de apoyo en Puebla con una serie de exposiciones fotográficas, mesas de diálogo y proyección de documentales donde además se recolectaban víveres, medicamentos y dinero, con el fin de garantizar el trabajo de *Las Patronas* por al menos un año.

Su labor ha traspasado fronteras y El 8 de marzo de 2016 participaron en Santiago de Compostela, España en el ciclo de conferencias "Ninguna persona es ilegal" organizada por el Partido SAIn. (Wikipedia, 2016)

Enfrentando todo, las patronas siguen ayudando a los migrantes que van de paso y debido a su labor han obtenido importantes premios como:



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Tabla 1. Premios obtenidos por las patronas

| Año | Premio | Otorgante |
|------|---|---------------------------------------|
| 2013 | Premio nacional de Derechos Humanos | Comisión Nacional de Derechos Humanos |
| 2013 | Premio Nacional de Acción voluntaria y solidaria | Gobierno de México |
| 2013 | Premio Nacional de Derechos Humanos “Don Sergio Méndez Arceo” | Fundación Don Sergio Méndez Arceo |

Fuente: Wikipedia 2016.
https://es.wikipedia.org/wiki/Las_Patronas

Además de que han sido nominadas al premio princesa de Asturias de la concordia 2015 después de la campaña en change.org que logró reunir más de 50 mil firmas de apoyo.

Y de que se llevó a cabo la entrega del 6° premio Impulsa al emprendedor social del año siendo este año las ganadoras ‘Las patronas’ que brindan alimento a los inmigrantes que vienen de América del sur. (Quien, 2016)

Es en el emprendimiento social el que a través del apoyo de la política pública, de la motivación del desarrollo de emprendedores sociales con el objetivo de transformar sociedades y de crear el efecto dominó de multiplicación en ejemplos específicos que nos ayuden a transformarlas conjuntamente con el compromiso del mundo corporativo que sabe que el desarrollo de una comunidad y de una sociedad al fin del día logrará generar riqueza y mayores oportunidades de negocios.

Discusión

México, todavía no logran cubrir el territorio, tiene detectados en emprendedurismo básicamente el impacto no más allá de mil municipios o no más allá de siete mil esfuerzos de emprendedurismo detectados y

catalogados dentro del proceso. La primera acción es reconocer cuando se premian los esfuerzos de una sociedad emprendedora, que se tiene que premiar el emprendedurismo social como un elemento de reconocimiento y de esfuerzo frente a la sociedad. Eso ya cambió en el Premio del Emprendedor, pero también hay que incorporar, acciones específicas para acompañar el proceso de fortalecimiento.

- La primera es utilizar todos los instrumentos del Instituto Nacional del Emprendedor para posicionar y fomentar a jóvenes a involucrarse en el emprendedurismo social a través de, obviamente de los instrumentos, de la participación y de la presentación de proyectos a concursos para poder ser sujetos a financiamiento.

- Apoyar los elementos financieros que son los que más retrasan el proceso para poder despegar elementos de impacto dentro del emprendedurismo, y aquí ya hay instrucción específica para sumarnos obviamente a la formación de capital de apoyo a proyectos, ese es el segundo elemento del mandato.

- El tercer elemento del mandato es dentro de las convocatorias del INADEM, establecer convocatoria específica para el emprendedurismo social. La idea es que con el esfuerzo del sector privado, de los emprendedores, el liderazgo que a través del Global Social Summit, utilicemos la catapulta que este evento representa para entrar en una nueva dinámica hacia el futuro del emprendedurismo social.

Un país sólo cambia desde su base, cambia con la participación, del convencimiento de que sólo reconociendo la riqueza en el valor humano que tiene el país podemos realmente aspirar a transformarnos, a cambiar y a lograr estos objetivos. (Guajardo, 2014)

El Presidente del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), Enrique Jacob Rocha, asistió a la presentación del Estudio Emprendimiento Social que realizó la empresa consultora Ernst & Young (EY), donde propone los lineamientos para formular políticas públicas e iniciativas del sector privado, con el fin de fomentar el desarrollo de iniciativas empresariales orientadas a atender rezagos sociales bajo modelos de negocio autosustentables. Las dificultades en el sector



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

público para enfrentar los retos económicos, sociales y ambientales de los países abre en México una enorme oportunidad para la creación de modelos de emprendimiento social que contribuyan al bienestar de los ciudadanos, a través de iniciativas de negocio que atiendan rezagos en materia de educación, salud, alimentación, trabajo y vivienda, entre otros. México cuenta con un ecosistema propicio para impulsar un gran movimiento a favor del emprendimiento social y de entidades sin fines de lucro, dedicadas a la atención de problemáticas muy sentidas por la sociedad.

Este estudio se desprende de las conclusiones de las mesas de trabajo convocadas por el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) en las cuales participaron más de 100 actores del ecosistema del emprendimiento nacional como emprendedores sociales, inversores, incubadoras, aceleradoras, grandes empresas, universidades, certificadores, consultores, servidores públicos del Gobierno Federal, entre otros; de él se desprenden nueve ejes para impulsar el crecimiento de negocios sociales en México:

- 1) Educar desde edades tempranas para sensibilizar sobre las necesidades de la sociedad,
- 2) Fortalecer el capital humano del emprendimiento social,
- 3) Fomentar la cultura del emprendimiento social,
- 4) Impulsar la innovación social, 5) Apoyar a las empresas sociales en el acceso a mercados,
- 6) Medir el impacto social y ambiental de estos negocios, 7) Asegurar fondeo adecuado, 8) Crear apoyos fiscales y regulatorios para promover el emprendimiento social, y 9) Profesionalizar el impacto social.

“El emprendimiento social es una fórmula de negocios que jugará un rol definitivo en el desarrollo económico, social y ambiental para el país pues las iniciativas del Gobierno Federal y la labor de las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) no son suficientes para atender los desafíos que imponen los rezagos sociales en el país”, dijo Guadalupe Castañeda, líder del área Strategic Growth Markets de EY. Destacó que la mayor inquietud de los emprendedores sociales en México es que no existe una figura de autoridad que mida o certifique el nivel de impacto social de sus modelos de negocio, que ofrezca incentivos fiscales y que desarrolle

una simplificación administrativa para abrir o cerrar la empresa.
(Economía, S.E., 2015)

Para que existan emprendedores sociales efectivos, se deben capacitar para ello, ya sea de manera virtual, presencial o mixta; después de identificar a estos líderes del cambio, se les invite a participar en un proceso de capacitación intensiva para poner a disposición todo un ecosistema de empowerment (grupos de co-creación, recursos virtuales, tutorías, redes de contacto y trabajo conjunto, etc.) que acompañe al emprendedor social en el duro camino del desarrollo y ejecución de proyectos, facilitando la supervivencia de la empresa en sus primeros años. En el contexto de constante desarrollo del ebusiness, la formación virtual o e-learning fue necesaria para aprovechar las ventajas de este nuevo canal de transmisión. Las nuevas tecnologías han revolucionado el proceso de aprendizaje; dan flexibilidad, un atributo que tiene tres componentes principales: flexibilidad de espacio, tiempo y ritmo. El e-learning elimina las barreras geográficas, reduce la rigidez cronológica del sistema de transferencia de conocimiento “en clase”, y permite la personalización de las actividades de formación basadas en el nivel inicial y el ritmo de aprendizaje de los estudiantes.

(Morales-Gutiérrez, Antonio, & Muñoz, 2012)

En apoyo a los emprendedores sociales, el 11 de diciembre de 2015 se realizó la 1ª Feria Estatal de Economía Social en la ciudad de Durango, a partir de las 10:30 horas. En Plaza de Armas, Av. 20 de Noviembre No. 700, del centro de Durango. De igual manera, los días 12 y 13 de diciembre se llevó a cabo la 1ª Feria Estatal de Economía Social en Jalisco, a realizarse en la Presidencia de Tonalá, ubicada en la calle Hidalgo No. 21.

En la Expo INAES se realizarán actividades como: conferencias, exposiciones, talleres, venta de servicios y productos de emprendedores sociales, y mucho más.

El Instituto Nacional de la Economía Social tiene como objetivo fomentar, desarrollar y fortalecer las capacidades técnicas, administrativas, financieras y de



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

comercialización del sector social de la economía. (Economía, Gob.mx, 2015)

Conclusiones y trabajos futuros

El emprendimiento social es un sector que está dando muy buenos resultados, por lo que cada vez son más las personas que quieren ser emprendedores sociales, con los consiguientes beneficios para la población. Vivimos en México una gran desigualdad social, que hace que cada vez sea más grande la brecha entre estratos sociales y es urgente que estos emprendedores sociales actúen para empoderar a los grupos vulnerables y comiencen a generar recursos de manera sostenible.

Es un tema que queda abierto para futuros trabajos de investigación ya que todo sigue avanzando y los emprendedores sociales es un grupo que va a seguir dando mucho de que hablar

Referencias

Apetrei, A. R. (2013). “El emprendedor social – una explicación intercultural”. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa* 78, 37-52.

Ashoka. (27 de 05 de 2016). *Ashoka México y centroamérica*. Obtenido de <http://mexico.ashoka.org/%C2%BFqu%C3%A9s-un-emprendedor-social-ashoka>

Bergamini, P. T., López-Cozar, N. C., & Rodríguez, I. A. (2014). Análisis del marco Económico-jurídico específico para los emprendedores sociales. Un estudio comparado entre diversos países. *CIRIEC- España, revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, No. 80, 5-28.

Branson, R. (2013). Emprendedores sociales: héroes cotidianos. *Management*, 42.

Burgess, T. (2011). Emprendedores sociales. *Entrepreneur*, 78.

CREA. (12 de 06 de 2016). *CREA. Comunidades de emprendedores sociales* A.C. Obtenido de <http://www.crea.org.mx/>

Dancin, D., & Tracey. (2011). Social entrepreneurship: A critique and Future Directions. *Organization Science*, 1203-1213.

Economía, S. d. (17 de 09 de 2014). *Secretaría de Economía*. Obtenido de <https://www.gob.mx/se/prensa/firman-inademyashoka-convenio-para-impulsar-emprendimiento-de-alto-impacto-con-valor-social>

Economía, S. d. (11 de 12 de 2015). *Gob.mx*. Obtenido de <http://www.gob.mx/se/articulos/1feria-estatal-de-economia-social-en-durango-yjalisco>

Economía, S. d. (13 de 02 de 2015). *S.E*. Obtenido de <http://www.gob.mx/se/prensa/asiste-enriquejacob-a-la-presentacion-del-estudio-emprendimiento-social>
Entrepreneur. (03 de 12 de 2014). *Alto nivel*. Obtenido de <http://www.altonivel.com.mx/47217pobreza-en-mexico-genera-emprendedores-sociales>

EXPANSIÓN, C. (20 de 11 de 2013). *Expansión en alianza con CNN*. Obtenido de <http://expansion.mx/nacional/2013/11/20/laspatronas-que-alimentan-a-migrantes-premio-de-derechos-humanos-2013>

Guajardo, I. (27 de 11 de 2014). *Secretaría de Economía*. Obtenido de <http://www.gob.mx/se/prensa/ponencia-del-secretario-de-economia-durante-la-inauguracion-del-global-social-business-summit-2014-mexico>

Guzmán, L., & Colunga, M. (2004). Emprender desde las aulas. *Entrepreneur*, 18-19.

Morales-Gutiérrez, A. C., Antonio, A. J., & Muñiz, R. N. (2012). El emprendedor social y el Eempowerment de las redes virtuales. *CIRIECESPAÑA No.75*, 153-177.

Nava, R. R., Mercado, S. P., & Demuner, M. d. (2013). La construcción del capital social en el emprendedor social universitario: experiencias para las OSC. *Administración y organización*, 281305.

Ostrom, E., Tk, A., & C., O. (2003). Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva. *Revista Mexicana de Sociología*, 155-233.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Peredo, A., & Mc Lean, M. (2006). Social Entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of world bussiness* , 56-65.

Quien. (19 de 03 de 2016). *Quien*. Obtenido de http://www.quien.com/circulos_mexico/2016/03/19/entrega-de-premios-impulsa

Villafranco, G. (11 de 09 de 2015). *FORBES*

México. Obtenido de <http://www.forbes.com.mx/the-venture-el-fondoque-busca-impulsar-emprendedores-sociales/>

VISIONARIS. (02 de 01 de 2016). *ubs*. Obtenido de Wikipedia. (26 de 05 de 2016). Obtenido de de Wikipedia:

https://www.ubs.com/mx/es/wealth_management/
[https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada platiquemos/nuestro compromiso](https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada_platiquemos/nuestro_compromiso)



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

“El Emprendedurismo en México”

“El emprendedor y su prospectiva empresarial”

Mtra. María Cruz Martínez Rosales

Mtra. Rocío Cruz Osorio

Mtro. Efraín López Mondragón

Cuerpo Académico

**“Mercadotecnia, Comercialización y/o Diseño de Nuevos Productos para
Mipymes”**

“UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TECÁMAC”

Tél 01 5 5938 8400 EXT. 459 Y 460

Cel. 55 1687 8395

mmartinezr@uttecamac.edu.mx

rcruzo@uttecamac.edu.mx

elopezm@uttecamac.edu



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

El Emprendedurismo en México

Resumen: *El presente documento recopila varios conceptos de uso común para definir lo que es un emprendedor, a partir de la óptica de quienes las proponen, debido a que en repetidas ocasiones se entrelazan con el término empresario sin embargo no siempre resulta la mancuerna ideal. El ser emprendedor es un compromiso a largo plazo, es quien puede desarrollar de forma continua ideas que generen o propongan cambios innovadores en cualquiera de las actividades en que se desempeñe, es así como el emprender es un ejercicio que vale la pena, sobre todo cuando se acompaña de un plan para alcanzar objetivos claros, además se debe considerar con qué recursos cuenta, que requiere, y que se está dispuesto a sacrificar para avanzar, visualizando y aprovechando las oportunidades, los recursos con que se cuenta. También es importante la actitud para aceptar los retos y las ventajas que se tengan que enfrentar, para considerarse un empresario competente no importando si es micro, pequeña o mediana empresa la que desarrolle, siempre que se organice y planee para mantenerse o sobresalir. ¿Experiencia?, probablemente las ideas son excelentes, pero con bajo deseo de que se conozca, cuantas patentes se registran en nuestro país o al menos se tiene la intención de hacerlo, relativamente muy pocos, el ser emprendedor es también arriesgarse, y precisamente esto es a lo que se teme, aun cuando lo que estén haciendo lo hagan muy bien, ya que se centran en cuestiones más operativas que en el entorno real de su trabajo y de su negocio*

Abstract: *This document is a compilation of commonly used concepts to define what is an entrepreneur, from the perspective of their proponents, these can be confusing to identify in any way with any of them because repeatedly intertwine with the term businessman however is not always the ideal team. The entrepreneur being us a long term, who can continuously develop ideas that generate or propose innovative in any of the activities in which it plays, through trial and error what is achieved reach the target expected and at a certain time, exceed your own expectations. Entrepreneurship is an exercise worthwhile especially when it is accompanied by a plan to achieve clear objectives, whether this is being an entrepreneur also should consider how your resources are required, being willing to sacrifice to advance. Also important is the attitude to accept the challenges and benefits that have to face, to qualify as competent businessman no matter whether micro, small or medium business that always planning, develop and organize to survive or excel. Does life experience? probably are excellent ideas, but low desire to be known, for example, in our country the right products patented or at least have the initiative to do so, very few, the entrepreneur being is also risk and this is precisely what is feared, even if what they're doing do well, as they focus on more operational than in the actual than environment of your work and your business issues.*

Palabras clave: emprendedor, empresario, Emprendedurismo, investigación, experiencias

Introducción

El concepto de Emprendedurismo no cuenta con una definición establecida, toda vez que es una nueva modalidad en el inicio de un negocio o su crecimiento como tal, esto mismo hace que exista toda una serie de confusiones e interpretaciones en relación con la misma, dado a que se presta a varias facetas dentro de lo que es el inicio de un negocio por un conjunto de personas que están dispuestas a llevarlo a cabo. Así se identifican diferentes conceptos de lo que es un emprendedor, además de

entrelazar la condicionante de empresa, que no siempre resulta lo mejor, los argumentos pueden ser indistintos ya que generalmente quienes tienen una idea a desarrollar, su primer obstáculo es como llevarlo a cabo, si no cuentan con el capital, la maquinaria y las herramientas, se enfrentan al desconocimiento de no saber administrar y vender su idea, por lo que es interesante conocer los diferentes conceptos de Emprendedurismo y la interpretación que le damos en nuestro país, cuando alguien tiene una idea y cae en un negocio tradicional por desconocimiento de su entorno y más aún cuando imita sin mejora alguna, cayendo en el auto-empleo y no en ser empresario por su inexperiencia pretende ser el hombre orquesta del mismo, por temor al



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

robo de su idea. Se indican las necesidades mínimas que se requiere para ser emprendedor, contando con un plan de negocios como ayuda de su actividad y algunos modelos de negocios que podrían ser útiles de administrarse adecuadamente. La generación de ideas para así emprender algo, en el caso de crear una empresa, debe acompañarse de un plan para su desarrollo, que genere la necesidad de crecer y mantenerse, aprendiendo de su experiencia al ir integrando conocimientos y especializando su actividad. No existe una fórmula para ser emprendedor, ni receta mágica para ser exitoso, por lo que puede decirse que cualquier persona puede serlo, impulsando su competencia, integrando ideas, investigando, haciendo, delegando y planeando. Si también es cierto que en varias ocasiones imitamos y proponemos mejoras a algo; un producto, un proceso, una fórmula, una presentación, etc., sin obtener de forma inmediata el resultado deseado o alcanzar por lo menos el mismo resultado, debiendo ser persistente y paciente, alicientes que ayudarán para llegar a hacer o nivelar el mismo resultado. La mejor recomendación es aprender de experiencias propias, encaminadas a realizar un buen negocio, lo que significa que se generen ganancias en la celebración de esta actividad, misma que en ocasiones, no se obtienen los resultados esperados por la falta de observar la evolución de derivaciones, dando continuidad a aquello que se hace bien y mejorarlo, y evitando las deficiencias y asegurando de que la inversión se recupere al realizar una buena actividad emprendedora. También de suma importancia considerar que “entre enero y diciembre de 2014, el IMPI recibió 16 mil 126 solicitudes de patentes, 702 para registro de modelos de utilidad y cuatro mil 75 referentes a diseños industriales, sumando un total 20 mil 905 trámites solicitados. Las cuales podrían sumarse a las 800 mil marcas mexicanas registradas que se encuentran vigentes” (Gómez Janet González, 2014)

Teoría y Trabajos Previos

Básicamente se podría decir que este tema de Emprendedurismo, es el concepto en el cual una o varias personas llevan a cabo su idea hasta concretar el mismo, sea ésta. la con fines de lucro o en beneficio de alguna organización social, pero con la salvedad de que se generen empleos y por medio de éste, tener o contar con una innovación.

Tal vez sería bueno el mencionar que en la actualidad el Emprendedurismo se le acepta en diversas facetas de su concepción, tal es el caso como se presenta a continuación.

- Definición Económica. Realización de un cambio de recursos de una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad.
- Definición Pragmática: Creación de una pequeña o nueva empresa
- Definición operativa: Aplicación del talento innovador para engrandecer una empresa ya excelente
- Definición General: Hacer que las cosas sucedan
- Definición Popular: Del dicho al hecho hay una actitud emprendedora
- Definición política: Luchar por convertir tus sueños en realidad.

Todas las conceptualizaciones tienen algo en común, llevan a quien las realiza a convertirse en un ser humano satisfecho de sí mismo y que conoce a sus clientes de forma sorprendente, porque, qué mejor forma de saber lo que las personas quieren, cuando son tus mismas exigencias

Para los emprendedores existe un futuro comprometedor, el cual habrá que diseñarlo, imaginarlo y construirlo.

Emprender, de acuerdo a su definición es el “*Empezar a hacer una cosa determinada, en especial cuando exige esfuerzo o trabajo o cuando se tiene cierta importancia o envergadura*”, este es el fundamento que más está aplicando en el mundo de hoy, de igual forma es la base del crecimiento y de la competitividad. Dentro de la economía de un país, este término está más que vigente en la economía contemporánea, toda vez que éste ha sido una constante en la historia de la humanidad y prueba toda la capacidad de una empresa u organización, la cual contribuye a la resolución de los problemas de la economía de un país y nivela la producción, y a la distribución de los recursos.

El emprendedor no es un simple dependiente del trabajo y de la tierra, sino que infiere y busca el capital, da valor a la tierra y ofrece su propio trabajo para orientar la acción de otros en pos de resultados. Es un identificador



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

de mercados y desarrollador de oportunidades; no es un optimizador de recursos sino su inventor.

Su misión como agente de cambio está señalada para que las distintas fuentes de innovación y creatividad y sean el centro de crecimiento de la economía. Sus características lo llevan a estar viendo las oportunidades cuando otras personas no las ven; los negocios que otros no perciben”.

El presente estudio se ha iniciado con el fin de contribuir con todos los emprendedores, a que lleven a cabo sus proyectos con éxito. Siendo éste una herramienta de consulta o guía que oriente al lector en la valoración y puesta en marcha de su empresa o negocio, gracias a la metodología utilizada en el análisis y la exposición de los temas tratados. En ellos se examinan todos los aspectos que el emprendedor debe tener en cuenta para iniciar su proyecto empresarial. Es de indudable utilidad para aquellas personas interesadas en crear su propio negocio y para estudiantes de diversas carreras, como: Administración de empresas, Economía, Mercadotecnia y otras afines, en las que el tema de la creación y gestión de proyectos empresariales sea estudiado como asignatura y en otras con el objetivo específico de generar emprendedores como son Negocios, Gestión de Negocios y especializaciones par Mipymes.

Ventajas Competitivas

- Propone diversas herramientas fundamentales para elaborar el plan de negocios de una empresa.
- Se presentan tres instrumentos de evaluación de un nuevo negocio, pertinentes para la creación de una nueva empresa.

Conocimientos previos

- El perfil del emprendedor
- Los componentes que comprenden la iniciativa emprendedora
- Los Métodos y Alternativas para emprender un negocio

Lo que habrá que aprender.

- Identificar los componentes de la conducta emprendedora
- Reconocer los contextos en los que es posible desarrollar la iniciativa emprendedora
- Desarrollar técnicas para encontrar oportunidades de negocios
- Proporcionar herramientas para ejecutar un plan de negocio

El perfil del Emprendedor.

La gran mayoría de los emprendedores son personas que tienen ideas a realizar a futuro, y van incubándola hasta lograr los medios y recursos para poder ponerle en marcha. Oportunidades que se presentan por toda una serie de aspectos que a veces son poco entendidos o con un enfoque mal visualizado, y que por ende siente que no podrán concretar el desarrollo de su idea y desisten.

No se necesita ser un hombre o mujer fuera de serie, solo se debe de tener la convicción de alcanzar las metas y objetivos en la creación de su negocio. Existen hoy en días grandes triunfadores que de igual forma iniciaron un camino que se fue abriendo lentamente pero con mucha constancia, persistencia, ganas y tenacidad de posicionarse en un mercado de consumo. Al frente de cada grande empresa aparece la personalidad de sus iniciadores, tal es el caso de muchas empresas que están perfectamente posicionadas en el mercado con productos de panificación, con pollos fritos y hamburguesas, personas que tuvieron confianza en sí mismos y que nunca claudicaron y que finalmente alcanzaron el éxito deseado.

El término de emprendedor que proviene del latín *prendere*, cuyo significado es el de *acometer o llevar a cabo una idea, un proyecto un negocio*. Persona con mente emprendedora cuyas actividades las han llevado a cabo miles de personas con una mente emprendedora, llegando a ser exitosos, mismos que podrían afirmar que nada es imposible siempre y cuando te dediques a alcanzar esos proyectos. Son la mayoría personas que han generado cambios en los diversos mercados de consumo como Mipymes, mismas que han identificado cuales son las necesidades que prevalecen en el mercado y simplemente



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

se dedican a satisfacerlas con un bien o servicio de calidad y con oportunidad.

Tan solo hay que observar a esos grandes emprendedores que sin darse cuenta se han convertido en grandes empresarios, tuvieron una visión en su entorno, identificaron esas necesidades y tan solo se dispusieron a satisfacerlas y explotarlas efectivamente, y cuando se dice efectivamente, es que en ello se apostaron todos los esfuerzos, las ganas y el tiempo que fuera necesario para lograr entrar en el mercado. Como ejemplo a mostrar, sería lo que se presenta en esos pequeños poblados: El dueño de la tienda del pueblo, quien, ante esa demanda de bienes y servicios, ubica todo el cumulo de necesidades que los pobladores solicitan y que ven la oportunidad de satisfacerla. Claro que así es como se inicia un buen negocio, porque el cliente que satisface todas sus necesidades en tiempo, forma y en un solo lugar, donde él pueda adquirir desde una aspirina hasta un tractor, pues ya la hizo.

Temores más latentes en el Emprendedurismo.

Cuantos de nosotros no hemos visto en T.V. el optimista slogan “Yo soy Pepe, yo soy Toño y somos emprendedores” este es un anuncio que trata de persuadir e informar que todas aquellas personas que quieran emprender un negocio lo hagan. Es un excelente medio de difusión, que es conocido en publicidad como una excelente estrategia “*proemprededora*” El mensaje trata de informar cómo es que la gente se puede visualizar como en el mundo ideal de Pepe y Toño. Ello para alguien que si desea ser un emprendedor, no basta con tomar una decisión a la deriva, se trata de que este tipo de personas se arriesguen a aventurarse en un camino incierto. Sin embargo, en México hace falta un poco más que valor para sacar adelante un negocio, tal vez por la falta de asesoría, de información confiable y certera, o el de poder contar con sistemas, procedimientos, manuales y métodos de trabajo para el Emprendedurismo.

México está considerado como un país con un territorio fértil para iniciar cualquier tipo de negocio; sin embargo, no resulta fácil hacerlos crecer, de esta premisa surge la incertidumbre en toda persona que quiere emprender un negocio, la falta de seguridad, el que pasara a futuro, que pasa si invierten todo su dinero y fracasan, etc. Es por

ello que los nuevos negocios quedan en la estancada posición por no tener esa seguridad y confianza. Que si se aplicaran las actividades de Emprendedurismo efectivamente, bajo la asesoría de alguien que lo oriente y aconseje, si sería posible sobrevivir en un estado de incertidumbre que les impide iniciar su negocio, o el de pasar de un micro negocio a ser un gran negocio.

Emprender implica calidad más que cantidad. Contrario a lo que la mayoría cree, los países más emprendedores no son los que tienen mayor número de personas emprendedoras sino los que coadyuvan los esfuerzos con ellos mismos.

Estados Unidos y Canadá conforman la región más emprendedora del mundo. En estos países prosperan condiciones para el desarrollo de productos y procesos innovadores, se dispone de capital de riesgo para financiar nuevos proyectos, los mercados son favorables al igual que la competencia, y existe una sólida educación y capacitación empresarial.

En México a pesar de ser vecinos geográficos, el ecosistema emprendedor mexicano, éste está considerado como un país con menos desarrollo que cualquier otro del mundo de países desarrollados. A nivel global, según el Índice Global de Emprendimiento 2016 (IGE), del Global Entrepreneurship Development Institute, ocupamos el lugar 87 de un total de 130 países emprendedores.

Como se puede apreciar, la situación de todo emprendedor mexicano se vuelve crítico dado a esa falta de atención, de programas y actividades orientadoras de personas que quieren participar en el rubro empresarial, incluso cuando se contempla la situación general de cómo es que se comparten características con economías como Nigeria (85), Gabón (86), Ecuador (88) o Egipto (89). (IGE 201

¿En qué aspectos fallamos los mexicanos a la hora de emprender?

- En no desarrollar habilidades emprendedoras.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”



Imagen no. 1 Emprendedor

En lo que respecta a países en vías de desarrollo como México, la mayoría de las personas que inician un negocio, que creen que cuentan con las habilidades y conocimientos necesarios para manejarlo, a lo largo del camino se dan cuenta que no era tan sencillo. Sin embargo, la falta de asesoría, información y capacitación en lo relativo al Emprendedurismo, son aspectos esenciales en el establecimiento del negocio, es el de llevar una contabilidad certera o estratégica, actividades mercadológicas o de mercadeo, todo ello impide dar el salto de una actividad comercial simple a un negocio de alto impacto y fortalecido.

Estrategias y habilidades de los emprendedores mexicanos son deficientes y nos ubican en la posición 98 de 130 países. Esto nos asemeja más a países como Myanmar (99) o Mauritania (101) que a países latinoamericanos como Chile (34) o Colombia (39). (OCDE 2014)

Está comprobado lo que se presenta en las economías tercer mundistas o en vías de desarrollo, las cuales en la mayoría de las veces carecen de estrategias para desarrollar las necesarias habilidades gerenciales básicas para emprender, administrar y manejar un negocio, las cuales solo se adquieren en y con especialistas en el área, mismas que se proporcionan en la escuela o sitios asignados por el gobierno, ya sean estos estatales o municipales. Por lo que Universidades e Institutos han incluido programas de educación empresarial, incluso conjuntamente con organizaciones, cámaras de comercio y órganos privados, proponiendo emprendedores, programas institucionales y de seguimiento a alumnos de los últimos cuatrimestres o semestres de las diferentes carreras, tanto a nivel técnico como de Ingenierías y Licenciaturas. Lógicamente este hecho lleva a programas que juegan un papel muy importante como proveedor y desarrolladores de habilidades gerenciales en el rubro de Emprendedurismo.

En México urge contar con más programas de este tipo de capacitaciones. Toda vez que si nos comparamos con países con mayor grado de desarrollo en el mundo, o con nuestros principales socios comerciales Estados Unidos de Norteamérica y Canadá con quienes tenemos firmado un tratado comercial (TLCAN), las habilidades de los emprendedores mexicanos son cuatro veces menores, son más calificados sus emprendedores, ya que cuentan con programas de apoyos Gubernamental y son capacitados en áreas diversas que les permiten una integración al cien por ciento, en actividades específicas con un trabajo tan relevante, e incluso que impactan en la economía de estos países.

Considerando las reformas en la educación que se están dando en México, misma que se ha dado bajo una visualización social confusa, *ya que no se ve como una reforma educativa, sino más bien como una reforma laboral e inclusive política*. Es importante que antes de emprender algún tipo de programas para el Emprendedurismo, se deben reconocer si se cuenta o no con las habilidades empresariales necesarias para el crecimiento de todo negocio que el mismo emprendedor, y éste sea bien capacitado y que por su grado de preparación, sí quieran incursionar en estos programas. Procurar y buscar ese desarrollo de proyectos de capacitación, con temas básicos con bases administrativas, fiscales, procedimentales, incluso programas de mercadeo y uso de las tecnologías, esto sería como un primer paso para poder asegurar a los emprendedores el éxito que desean.

En las Universidades Tecnológicas se desarrollan programas en los quintos y decimos cuatrimestre, donde los alumnos presentan un proyecto Integrador, dentro de los cuales, se seleccionan aquellos que si cuentan y tienen posibilidades de emprendimiento, estos se canalizan al área correspondiente o se postulan a los diversos programas que hay para fomentar el Emprendedurismo.

Por otro lado, es tarea del gobierno adecuar los planes de estudio de nivel medio para dotar a los jóvenes con herramientas para iniciar y concretar proyectos emprendedores. Adecuar programas dentro de la educación, encaminarlos a una realidad económica y que favorezca el espíritu emprendedor, acto que es vital y fundamental para el futuro y fortalecimiento económico de cualquier nación



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Ecosistema emprendedor

Un aspecto importante para el emprendedor es el ambiente donde nace y opera.

El entorno en el que surgen las startups (Una startup podría definirse como una empresa de nueva creación que presenta unas grandes posibilidades de *crecimiento y, en ocasiones, un modelo de negocio escalable*) El INA

En un estudio del INADEM muestra como México está calificado en la posición 107 entre 130 países emprendedores. Por ello se consideraría este hecho como un ambiente en el cual se observa que el proceso este plagado de regulaciones y permisos excesivos, por una falta de financiamiento, dado a una constante inseguridad y corrupción. Estas características restringen la capacidad de cualquier emprendimiento para crecer, impidiendo la generación de más empleo y, sobre todo, el crecer innovadoramente por diversas causas burocráticas.

La capacidad de una startup mexicana para crear procesos productivos innovadores, es casi cuatro veces menor que el de sus contrapartes o de los países vecinos, ese es el caso de los estadounidenses. Ellos cuentan con un constante desarrollo y capacitación, el cual registra o patenta una gran cantidad de productos de innovación, al colocar nuevos productos, la capacidad de los mexicanos es 2 veces menor.

Lo peor de todo es que los obstáculos para el emprendedor mexicano están aumentando. En 2016 perdimos 12 lugares en el Índice Global de Emprendimiento, ya que las condiciones para emprender empeoraron severamente con respecto al año anterior, tal vez por cuestiones políticas.

¿Qué se puede hacer ante esta panorámica? En este sentido y/o ámbito, la tarea recae totalmente en el gobierno. Integrar un marco regulatorio favorable para los negocios, una gestión eficiente de trámites, garantizar el acceso a tecnología y financiamiento, malas son los procesos y situación política que escapan al control del emprendedor.

Hasta el momento, la estrategia gubernamental se ha concentrado en “formalizar” miles de negocios informales más que en apoyar el desarrollo emprendedor con capacitación, créditos y capital de riesgo u otro tipo de financiamiento.

Sin embargo, existen algunas opciones interesantes que pueden apoyar cualquier proyecto de emprendimiento. La Vitrina de Incubadoras y las Aceleradoras de Negocios del Instituto Nacional del Emprendedor son opciones para elevar las capacidades de tu negocio y entrar en contacto con otros emprendedores, según su lugar de residencia.

Aspiraciones emprendedoras

Para que se dé una solución innovadora y se pueda explotar económicamente este rubro de la economía y tópico emprendedor, también se necesita, se requiere una certidumbre y confianza. Una sociedad que percibe positivamente a la actividad emprendedora le dará una mayor confianza y apoyo a los nuevos negocios, que les permitirá detonar el espíritu creativo emprendedor.

Para los mexicanos, “poner un negocio” muchas veces significa auto emplearse y realizar algún tipo de actividad comercial. Sin embargo, muy pocos de estos negocios pueden considerarse como innovadores de negocios, lógicamente en el emprendimiento creativo, ya que la mayoría opera en la informalidad y no genera productos o procesos innovadores, ello dado a la irregularidad que tienen puesto que no le tienen confianza, sino más bien temor a lo que el gobierno, estatal o municipal les provoca.

Para dar el salto de un simple changarro a ser un negocio de emprendimiento e innovador, de una micro o fami empresa a algo más formal (una startup), y de ahí al negocio en crecimiento bajo el esquema de un scaleup, *(Los scaleups son empresas con más de tres años de funcionamiento y una tasa de crecimiento de empleo anual igual o mayor a un 20%, mismas que crearon el 30% de los empleos nuevos totales durante los últimos tres años)* ello se debe a dejar la idea de emprender sólo porque “deseo ser mi propio jefe”.

Robert T. Kiyosaki (@theRealKiyosaki), uno de los gurús del emprendimiento a nivel global, destaca la importancia de evolucionar de la etapa del auto empleado a la de un emprendedor. Para ello habrá que enfocarse en las condiciones y necesidades de lo que será un negocio propio, y sobre todo, en crear las habilidades que se deban aportar y poner en marcha, pero ello con la asesoría y con



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

los conocimientos y habilidades propias para un negocio bajo el concepto emprendedor.

En casi todas las Universidades Tecnológicas, como ya se mencionó con anterioridad, se tienen programas de apoyo a emprendedores, desarrollo y seguimiento a programas o ideas brillantes, pero no se pueden desarrollar en más de las veces, porque no saben cómo hacerlo, están en una total ineptitud y desconocimiento, que tienen miedo o temor de afrontarlo. Kiyosaki, autor del best-seller Escuela de Negocios, textualmente advierte: “El dinero no es lo que te hace rico, son tus habilidades de negocio.”

¿Qué se puede hacer ante esta situación real? Solo habrá que enfrentar los retos, esto es pensar en grande y aspirar a crear nuevas soluciones que son las claves del éxito. Sin embargo, los primeros pasos son los más difíciles a la hora de emprender. En México, alrededor de 70% de los nuevos negocios no llegan al tercer año de vida.

Como emprendedor, el networking es algo esencial. Apoyarte en redes de clientes, proveedores, empresas similares y asociaciones de apoyo a startups no sólo te dará más confianza; además tendrás mayor acceso a información relevante, recursos financieros, de negocios y tecnológicos.

Tan solo habrá que recordar que participar activamente en estas redes (como Startup México, Lean Startups Mix o la Asociación de Emprendedores de México) crea una dinámica que favorece el éxito emprendedor.

En el mundo emprendedor solemos escuchar diversos términos para categorizar el impacto y tamaño de una empresa, sin embargo, existe uno que es poco conocido pero que en el futuro escucharemos con mayor frecuencia como consecuencia del crecimiento y fortalecimiento de proyectos impulsados por emprendedores y su impacto en la creación de empleos.



Imagen 2 grupo de jóvenes emprendedores

Actualmente estas empresas representan tan sólo el 6% de las compañías mexicanas pero su impacto cobra especial relevancia si tomamos en cuenta que la demanda de empleo entre los jóvenes seguirá aumentando durante los próximos años, pues está proyectado que la fuerza laboral de México crecerá en más de 7.9 millones de trabajadores entre el 2012 y 2020 debido a que llegarán nuevos jóvenes a ingresar al mercado laboral

Lo que hace caracteriza a estas empresas es:

Perduran en el tiempo. Sólo el 3% de los nuevos scaleups fracasó a los cuatro años después de haber experimentado un alto crecimiento.

Generan empleos a largo plazo. Estas empresas son resistentes a la pérdida de empleos durante los períodos de recesión.

Impulsan el desarrollo profesional de sus empleados. A medida que estas empresas crecen y se añaden nuevos empleados, los trabajadores que comenzaron en niveles ubicados en la base del organigrama, se mueven a mandos medios donde tienen la posibilidad de gestionar proyectos y desarrollar habilidades gerenciales, lo cual agrega valor a la empresa y con ellos contribuye a la mejora en la remuneración de los trabajadores.

Los creadores de esas empresas no mencionan los marcos regulatorios, la falta de coordinación con las principales



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

universidades, o la educación empresarial de baja calidad como barreras para el crecimiento, por el contrario, destacan la importancia de cuatro factores:

- Acceso a mercados. Esto incluye clientes del sector privado y público en mercados domésticos y del exterior.
- Capital humano. Administración y talento técnico fueron citados como los recursos más importantes.
- Fondeo e Inversión. Todo tipo de capital propio y ajeno disponible a los emprendedores. En general, varias formas de capital propio, como capital inicial proveído por familia o amigos, capital ángel y capital de riesgo, fueron los mejores calificados por los participantes de la encuesta.
- Sistemas de apoyo. Incluye a mentores y asesores tanto como a proveedores de servicios profesionales y redes de emprendedores.

Una startup podría definirse como una empresa de nueva creación que presenta unas grandes posibilidades de crecimiento y, en ocasiones, un modelo de negocio escalable.

Aunque el término de startup puede referirse a compañías de cualquier ámbito, normalmente suele utilizarse para aquellas que tienen un fuerte componente tecnológico y que están relacionadas con el mundo de Internet y las TIC's. Debido a estas características las startups tecnológicas suelen diferenciarse de otras empresas jóvenes en sus posibilidades de crecimiento y necesidades de capital.

Como ya se ha venido comentado, las empresas tecnológicas y de Internet tienen asociados unos costes de desarrollo menores que empresas de otros ámbitos. Esto hace que las necesidades de financiación para su puesta en marcha sean sensiblemente inferiores, lo que facilita.

Otro aspecto clave mencionado es el crecimiento en el medio y largo plazo. De igual manera emprender implica también que cuando se propone alguna innovación o cambio significativo, se debe cerrar el ciclo con el registro del bien según corresponda, el temor de los emprendedores en la negativa del IMPI para registrar su innovación o

creación es latente sin embargo datos del mismo instituto señala que esta situación ha disminuido sin embargo, el tema de propiedad intelectual debe promoverse en donde se generan las ideas, ya que aún hoy en día se dejan sin protección inventos, marcas productos que de alguna manera pierden valor agregado durante su comercialización, inclusive en algunos casos el que fácilmente se apropien otras personas de la idea. Sin embargo y pese a esta situación el IMPI reporta al concluir el año 2015, 141 mil 839 expedientes recibidos. Esta cifra coloca al sistema mexicano en el lugar número 12 a nivel mundial en número de solicitudes procesadas, de acuerdo con la Organización Mundial de Propiedad Industrial (OMPI), con un tiempo de trámite relativamente corto por su tratamiento en línea, por lo tanto la cultura de registrar se está impulsando a través de los diferentes organismos como son CONACYT, Universidades, Cámara de Comercio, entre otras en las diferentes regiones de nuestro país siendo el estado de Jalisco el de mayor participación, al solicitar el registro.

CONCLUSIÓN

La actividad emprendedora conceptualmente está concebida para hacer que aquellos que tienen ideas las lleven a la práctica, con apoyo o sin él, den origen a una empresa sin embargo la realidad de nuestro entorno no es del todo alentadora si se consideran todos los aspectos y tópicos que impiden crecer óptimamente estos negocios, ya que no es tan solo hacerlo por hacer. Para ser un emprendedor habrá que considerar algunos inconvenientes y retos que se presentan en el camino, además de evaluar las necesidades reales del entorno para establecer estrategias entre las que está el conocer a través de la capacitación y orientación para identificar cómo promover, convencer y hacerse necesario. Impulsar a los Jóvenes que son el capital más importante con el que cuenta nuestro país, para que emprendan, ya que para ellos será más fácil adaptarse a las nuevas tendencias de un mercado más exigente. A través de fomentar ideas que faciliten el crear mejores condiciones de competitividad y la generación de nuevos productos innovadores, que se adapten a un nuevo mercado, siguiendo su inagotable capacidad de elección para elegir su destino.

La tendencia de negocios verticales sigue vigente, por la conceptualización referida en este documento, sin embargo la necesidad es generar emprendedores horizontales, esto es que potencien su capacidad de crear su propio futuro, no de copiar a los demás, como lo sugiere el Benchmarking que sólo les lleva a imitar no a innovar y hacer diseños propios, en donde más cambios, avances y tropiezo que se han tenido durante los últimos tiempos en nuestro país, sin duda forman parte de la tradición de



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

negocios que sobreviven. Por otra parte también es importante la contribución de inversionistas y de emprendedores que en su experiencia, apoyan a nuevos emprendedores.

Los modelos de planes de negocios implementados por diferentes organismos, es orientar a los emprendedores que conozcan el know how o al menos esto pretenden, sin embargo el temor al fracaso es patente en casi la mayoría de quienes sólo tienen ideas pero no desean iniciar un negocio y desarrollarlo, sin embargo como se ha mencionado la receta puede no darnos el mismo resultado, haciendo de alguna manera confuso para quienes si están dispuestos a correr el riesgo e iniciar un negocio, aunque sus ideas no sean tan claras. Por lo que un emprendedor no siempre es aquel que genera ideas prometedoras sino aquel que está convencido de que lo que pronostican va a tener éxito en el mercado.

Referencias Bibliográficas.

Fuente: Global Entrepreneurship Development Institute.
Línea editorial de Forbes México. - Read more at:

<http://scl.io/CHMWbFu7#gs.DQ3Zohw>

<http://www.forbes.com.mx/las-3-fallas-de-los-emprendedores-mexicanos-y-como-corregirlas/> - [gs.DQ3Zohw](http://www.forbes.com.mx/las-3-fallas-de-los-emprendedores-mexicanos-y-como-corregirlas/#gs.DQ3Zohw)[emprendedores-mexicanos-y-como-corregirlas/](http://www.forbes.com.mx/las-3-fallas-de-los-emprendedores-mexicanos-y-como-corregirlas/#gs.DQ3Zohw) - [gs.DQ3Zohw](http://www.forbes.com.mx/las-3-fallas-de-los-emprendedores-mexicanos-y-como-corregirlas/#gs.DQ3Zohw)

[emprendedores-mexicanos-y-como-corregirlas/](http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-emprendedores-mexicanos-y-como-corregirlas/#gs.DQ3Zohw) - [gs.DQ3Zohw](http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-emprendedores-mexicanos-y-como-corregirlas/#gs.DQ3Zohw)

<http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-emprendedores-mexicanos-y-como-corregirlas/#gs.DQ3Zohw>[conceptos-de-emprendedores-mexicanos-y-como-corregirlas/](http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-emprendedores-mexicanos-y-como-corregirlas/#gs.DQ3Zohw) - [gs.DQ3Zohw](http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-emprendedores-mexicanos-y-como-corregirlas/#gs.DQ3Zohw)

Shikhar Ghosh y recogido en el "Wall Street Journal"
<http://online.wsj.com/article/SB10000872396390443720204578004980476429>

La OCDE - OECD Fundada en 1961, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)

Gómez Janet González. (2014). ¿Sabes cuantas marcas registradas hay en México? *Merca2.0*, 1.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Pertinencia y adecuación de los planes de estudio para el desarrollo de una cultura emprendedora en Energías Renovables.

Área temática

El emprendedor y su prospectiva empresarial.

Nombre de los Autores Ma.

Antonia Moreno Aguilar

moreno.aguilar.antoniam@gmail.com; antoniam.moreno@utpuebla.edu.mx

Tel. (222) 3 09 88 50;

Guillermina Sánchez López

guille.sanlopez@gmail.com

Tel. (222) 3 09 88 50

Ramón Beltrán Martínez

rambeltranm@yahoo.com.mx; ramon.beltran@utpuebla.edu.mx

Tel. (222) 3 09 88 50 **Institución.**

Universidad Tecnológica de Puebla



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Pertinencia y adecuación de los planes de estudio para el desarrollo de una cultura emprendedora en Energías Renovables

Resumen: *La Educación Superior no sólo es responsable de la calidad académica y profesional; también tiene una gran responsabilidad social, pues debe cubrir las demandas que la economía y el sector productivo requieren; dicha responsabilidad determina su pertinencia, que debe tener estrecha vinculación con la calidad. Los esfuerzos encaminados a mejorar la calidad de la Educación Superior no pueden separar la valoración de su pertinencia en los procesos de evaluación institucional, la valoración de la calidad y de la pertinencia social deben recibir la misma atención. Por tal motivo, este trabajo tiene como objetivo determinar si los contenidos de los programas de estudio de la Ingeniería en Energías Renovables son pertinentes, de calidad y cubren las expectativas del alumno y de qué manera las asignaturas deben conjuntarse para impulsar una cultura emprendedora. Para tal efecto, se ha realizado esta investigación cualitativa de tipo etnográfica, donde se combinan tanto los métodos de observación participativa y el investigador interviene en la situación o problema que se va a investigar, interpreta y redacta sus experiencias pertinentes al estudio, además de la observación no-participativa en la que el investigador observa y toma datos.*

Abstract: *Higher education is not only responsible for the academic and professional quality; also has a great social responsibility, it must meet the demands of the economy and the productive sector require; this responsibility determines its relevance, which should be closely linked to quality. Efforts to improve the quality of higher education can not separate the assessment of its relevance in the processes of institutional evaluation, assessing the quality and social relevance should receive the same attention. Therefore, this study aims to determine whether the contents of the curricula of Renewable Energy Engineering are relevant, quality and meet the expectations of the student and how subjects should conjoined to promote an entrepreneurial culture. To this end, made this qualitative research of ethnographic type, where they combine both methods of participant observation and the researcher involved in the situation or problem to be investigated, interpret and write their relevant experiences to the study, in addition to the non-participant observation in which the researcher observes and collects data.*

Palabras claves: pertinencia, cultura emprendedora, Energías Renovables.

Introducción

Las condiciones sociales y tecnológicas de nuestro tiempo exigen un nuevo replanteamiento y quizá una profunda revisión de las funciones que tradicionalmente se le asignan a la educación, como lo plantea el Programa Nacional de Modernización Educativa (PNME) que está vigente desde 1988: “evaluar el proceso de actividades referentes a la certificación de estudios; a la acreditación de instituciones y programas de estudio; a la calificación del aprendizaje; a la evaluación del desempeño y proceso escolar y al impacto social de los productos; así como al desempeño de las funciones de las instituciones” (SEP, 1989).

La Organización para la cooperación y el desarrollo económico (OCDE) en su publicación “Hacia una reforma educativa en México”, establece que: “la mejora en la calidad educativa es una prioridad política y social en México, especialmente en años recientes, debido a las altas tasas de pobreza, la fuerte desigualdad y el aumento de la criminalidad. Aunque ha habido una mejora educativa y un enfoque cada vez más importante en las políticas

educativas en años recientes, todavía una alta proporción de jóvenes no finalizan la educación media superior y el desempeño de los estudiantes no es suficiente para proporcionar las habilidades que México necesita, es importante reforzar su liderazgo y el desarrollo de sus competencias”. Esta misma organización en uno de los acuerdos de cooperación México-OCDE, establece “México necesita desarrollar una estrategia educativa a largo plazo para garantizar un nivel general de habilidades y conocimiento más alto, lo que facilitará el crecimiento económico y mejores condiciones de vida para todos los mexicanos. Una de las primeras condiciones necesarias es establecer un reducido número de objetivos claros, medibles y de alta prioridad, enfocados en la mejora del desempeño de los estudiantes, reducir las tasas de deserción, asegurar el egreso oportuno y reducir las desigualdades dentro del sistema educativo” (OCDE, 2010)

Para enfrentar este desafío, el sistema educativo debe adaptarse para cumplir su misión esencial de preparar al alumno para el trabajo y para la vida, competente, con formación integral, que no solo depende de los conocimientos y habilidades que se adquiere en los salones



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

de clase sino de las convicciones, sentimientos y valores éticos que regulan la actuación profesional del egresado que debe responder también a las demandas del desarrollo científico, tecnológico y ambiental; el alumno por su parte tiene la responsabilidad de consolidar sus conocimientos, habilidades y actitudes que favorezcan el equilibrio entre el entorno social y natural.

En la actualidad y en el campo de la educación, las carreras más demandadas son administración, contaduría y otras relacionadas a éstas y muchos de sus egresados se enfrentan al desempleo en el campo laboral. La situación en que se encuentra el país requiere más profesionistas que desarrollen una cultura ambiental que involucre Energías Renovables y Desarrollo Sustentable, carreras nuevas que formen profesionistas capaces de generar, aplicar e innovar conocimientos de la ciencia y la tecnología, académicamente pertinentes y socialmente relevantes con el propósito de fortalecer un sistema nacional de educación superior con proyección y competitividad internacional. En el Programa Sectorial de Educación (PSE) 2013-2018 se prevén seis objetivos para articular el esfuerzo educativo durante la presente administración, cada uno acompañado de sus respectivas estrategias y líneas de acción; el presente trabajo está fundamentado en los dos primeros objetivos:

1: Asegurar la calidad de los aprendizajes en la educación básica y la formación integral de todos los grupos de la población.

2: Fortalecer la calidad y pertinencia de la educación media superior, superior y formación para el trabajo, a fin de que contribuyan al desarrollo de México.

Así mismo se toma en cuenta, el perfil de egreso del Ingeniero en Energías Renovables de la Universidad Tecnológica de Puebla (UTP), el cual plantea, que al término de su formación profesional sea capaz de: Diseñar y dirigir proyectos energéticos mediante la integración de tecnologías innovadoras y la administración del capital humano y los recursos materiales y energéticos. Formula proyectos de solución y mejora energética, así como de ahorro de energía eléctrica para contribuir al uso racional y desarrollo sustentable.

Por otra parte, la oferta académica de la UTP establece que el modelo educativo se basa en un 70% de práctica y 30% de teoría.

Teoría del dominio y trabajos previos

Según UNESCO (1995), “la pertinencia en educación superior se considera primordialmente en función de su cometido y su puesto en la sociedad, de sus funciones con respecto a la enseñanza, la investigación y los servicios conexos, y de sus nexos con el mundo del trabajo en sentido amplio con el estado y la financiación pública y sus

interacciones con otros niveles y formas de la educación”

El modelo por competencias que actualmente rige el enfoque de la Universidad Tecnológica de Puebla, implica por asignatura, la realización de una planeación didáctica donde se establecen las estrategias aprendizaje-enseñanza que se aplicarán para el desarrollo del proceso de construcción y apropiación del conocimiento que deben realizar nuestros estudiantes.

Como indica Carrillo (2009), el currículum oculto, es aquel mediante el cual, se adquieren en los procesos de enseñanza-aprendizaje: conocimientos, destrezas, valores actitudes y normas, y que no llegan a estar descritos como metas educativas a lograr de una manera intencionada, pero que sin embargo impactan de manera importante en los procesos educativos cotidianos.

Es de esta manera que los estudiantes pueden aprender no solo conocimientos sino una serie de actitudes y de prácticas sociales que permiten la construcción de sus identidades.

El currículum oculto puede decirse que es el eje rector que envuelve todo lo que se produce en las aulas, por lo que es interesante determinar ¿que se está divulgando realmente en las sesiones de clase? con la finalidad de reconocer y regular no solo aprendizajes sino también valores, actitudes, pensamientos, etcétera.

Ya que realmente el currículum oculto se basa en la influencia de la actividad y de la organización escolar centradas en transmitir conocimientos disciplinares específicos, tratando de realizar la conexión de la teoría y de la práctica, para esto el docente busca herramientas que favorezcan la apropiación de los conocimientos por parte de los estudiantes.

En esta búsqueda el docente toma en cuenta el contexto del grupo para desarrollar de la mejor forma las acciones pertinentes para poder alcanzar las habilidades mínimas requeridas. En ocasiones estas acciones están muy alejadas de lo que pueda marcar un manual de asignatura o un libro de texto convencional, ya que es el docente el que establece las estrategias idóneas para alcanzarlo.

Por tanto, es posible de manera general determinar que el currículum oculto influye en gran medida en la formación del estudiante de ingeniería.

Como dice Ramírez, (2009), es importante el desarrollo de competencias profesionales en el ingeniero con el propósito de que puedan enfrentar y satisfacer los requerimientos que exige la sociedad en la que se desempeñarán. El currículum oculto debe estar encaminado a estimular el pensamiento crítico y la actitud creativa, tomando en cuenta que se desenvolverá en una sociedad en la que existe un amplio vínculo entre ciencia y tecnología. Y la Ingeniería es considerada como una ciencia aplicada, por lo que también cuenta con los atributos de toda actividad científica.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Lo anterior ha sido un tema de discusión desde hace mucho tiempo, en 1997 Jacques Delors, planteó los ejes para lograr alcanzar la *competencia profesional*:

Aprender a conocer
Aprender a hacer
Aprender a convivir
Aprender a ser

Delors, en el mismo documento delimita que “Aprender” implica no solo tener conocimientos, sino una transformación integral en los estudiantes que inicia en las aulas y que se extiende al hogar, a la comunidad y a lo largo de su vida, es relevante entender que el desarrollo de competencias en un individuo no es un proceso que termina en el periodo que comprende un curso de una de las asignaturas que forman su currícula escolar, más bien lo aprendido debe salir de las aulas y manifestarse con una metacognición de los conocimientos teóricos adquiridos. En la misma ponencia Delors, menciona que en los cursos de toda asignatura debe *“prepararse al estudiante para que pueda enfrentar situaciones, problemas que ahora no existen pero que ocurrirán en el futuro. Un egresado de la educación superior debe saber prever el futuro desarrollo de su esfera profesional, estar preparado para cualquier reto que se le presente”*.

En 1998 en la Conferencia Mundial sobre la Educación superior en la UNESCO, se mencionó la necesidad de motivar el aprendizaje permanente y la construcción de las competencias adecuadas que contribuyan al desarrollo cultural y socio-económico de la sociedad.

Lo anterior nos muestra la importancia que tiene que toda clase impartida por competencias, logre efectivamente cumplir su cometido, actualmente el término *“aprender a hacer”*, ha sido modificado por el *“saber hacer”*, lo cual implica un compromiso mayor ya que implica que el docente no solo va a transmitir conocimientos, sino va a promover la investigación, estudio y aplicación de los mismos.

Esta tarea resulta ser integral, provoca una continua y constante preparación y actualización por parte del docente de manera que sea capaz de tener las herramientas necesarias para promover en sus estudiantes la motivación necesaria para resolver las problemáticas presentadas. En el caso de las ingenierías es muy importante el que los estudiantes encuentren la razón del estudio de todas sus asignaturas, pero no como entes separados, sino como parte de un rompecabezas cuyas piezas se van uniendo hasta conformar la currícula escolar que será la que ayudará al ingeniero a realizar la metacognición de todos los conceptos estudiados a lo largo de su formación profesional.

Es aquí donde la transversalidad se hace necesaria para llegar a la meta propuesta.

En este ámbito es necesario recordar que los factores que deben considerarse para alcanzar las competencias profesionales son la unión de:

Compromiso social
Conocimientos técnicos
Autosuperación permanente
Iniciativa y creatividad
Competencia comunicativa
Valores humanos

Pero ¿Por qué es necesario el desarrollar en las aulas en cada asignatura los factores antes mencionados?

Sabemos que las tecnologías de la información y la comunicación tienen un desarrollo vertiginoso, el cual hace necesario que los individuos que están en uso de estas herramientas tengan la capacidad de ir actualizándose continuamente, proceso que tiene que realizar de forma independiente, pero que si el individuo no ha desarrollado las habilidades básicas muy difícilmente podrá lograrlo.

Por otra parte, el proceso globalizador que tenemos actualmente provoca que las industrias no son exclusivas de un solo lugar, sino son sucursales relacionadas e interconectadas.

En el caso del ingeniero en energías renovables, también influye en gran medida el deterioro enorme que sufre el medio ambiente, lo que hace necesario la implementación de estrategias para controlarlo, siendo aquí donde la investigación y experimentación juega un papel primordial.

Por otra parte, como en toda carrera de nueva creación los egresados se encuentran ante la situación de pocas fuentes de trabajo porque las empresas que se especializan en el uso y producción de energías limpias va en pleno surgimiento, por lo cual la preparación del ingeniero en energías renovables debe estar encaminada en la formación de individuos capaces de auto emplearse, por lo que en este proceso la comunicación es vital, el aprendizaje se identifica como competitividad y el conocimiento compartido es mejor que el individual.

Con lo anterior como plantea Benítez, (1999) la capacidad de innovar y la creatividad toman una importancia destacable en este nuevo paradigma, por lo que la creación de hábitos científicos y una actitud investigativa en el estudiante a partir de su participación, es una tendencia importante.

Si bien el ingeniero egresado de la universidad debe integrar sus competencias básicas y destrezas en su actividad profesional con un fuerte sentido de compromiso social, los docentes y autoridades educativas deben diseñar una programación para las sesiones de clase, de manera que los estudiantes se entrenen en un aprendizaje autónomo y responsable tanto en el campo académico como el profesional. Teniendo como finalidad que el estudiante al egresar de la universidad sea capaz de



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

desempeñarse fácilmente tanto dentro de una empresa como en la planeación y desarrollo de proyectos competitivos.

¿En que está basado todo lo anterior?

La Educación como sabemos, es un fenómeno en el que están relacionadas, variables individuales y sociales, La corriente sociocultural marcada por Vigotsky, establece que el individuo aprende primero en lo social para luego interiorizar y por tanto apropiarse de los conocimientos, para poder realizar la metacognición de los mismos.

En este proceso es importante tomar en consideración que el conocimiento factual, es necesario en el aprendizaje repetitivo y reproductivo que utiliza básicamente la memorización considerando que aprender no solo es comprender sino también incluye la adquisición de información que será significativa en la medida que las actividades planteadas la utilicen.

Por otro lado, si bien es cierto que el conocimiento nuevo debe engancharse con el conocimiento previo, también es cierto que en las aulas muchas veces deben deconstruirse esos conocimientos y reformularlos para ahora si, hacer la unión con los actuales

Vigotsky enfatiza el origen del desarrollo de las funciones psicológicas superiores, las cuales, a diferencia de las naturales, son específicamente humanas, no se comparten con los animales, las superiores se generan en el proceso de desarrollo sociocultural como resultado de las actividades llevadas a cabo con el uso de instrumentos, los cuales tienen la finalidad de conocer nuestro entorno. Con esta afirmación Vigotsky plantea la gran influencia que tienen las interacciones sociales en el aprendizaje ya que según esto el que sabe más enseña al que sabe menos y durante este proceso, se tiene acceso a la cultura en que se vive.

Una función psicológica se convierte en superior, cuando cumple con ser consciente, tener objetivos claramente definidos y ser voluntaria.

Vigotsky, plantea que los procesos psicológicos superiores, es decir, la comunicación, lenguaje, razonamiento, son adquiridos por los individuos, primero en un contexto social y luego se internalizan, como resultado del comportamiento cognitivo realizado en el contexto social. La internalización puede considerarse reconstructiva, debido a que el individuo no solo realiza una copia de lo que ve, sino más bien observa, razona, analiza, adecúa, y capta una realidad, antes de hacerla suya y poder aplicarla. Para poder realizar lo anterior el individuo debe enganchar un conocimiento nuevo con el

previo reconstruirlo y transformarlo, con ayuda de la mediación social.

Con lo anterior Vigotsky confirma la posición constructivista de que el estudiante aprenderá más al realizar trabajo colaborativo, lo cual lo lleva a considerar un nuevo concepto: la zona de desarrollo próximo, con base en la cual define el comportamiento que un individuo tiene al apropiarse de un concepto para dar solución a la problemática planteada.

Según Vigotsky (1995), la zona de desarrollo próximo es la comparación entre la edad mental del aprendiz y el nivel que alcanza al resolver problemas con ayuda ya sea de un adulto o en colaboración con otro compañero más capaz.

Este concepto visualiza al estudiante como un ser interactivo.

La evolución de la zona de desarrollo próximo es resultado de una modificación de la comprensión individual, en la cual sabemos que el cerebro es la base biológica que define los límites y posibilidades del aprendizaje.

La comprensión es el resultado de transformaciones cualitativas de actividades sociales en las que el individuo participa. Para que esta comprensión se lleve a cabo, la función del signo es vital, de manera que el lenguaje es el instrumento mediador, esencial del proceso, ya que, gracias a él, el individuo hace asociaciones de propiedades o hace abstracciones de los objetos, así como también, permite que los estudiantes expresen la necesidad de recibir ayuda o bien de brindar apoyo a algún compañero que lo necesite para con esto realizar la internalización del conocimiento. De todo lo anterior podemos comprender la importancia que tiene el pensamiento vigotskiano en el proceso de enseñanza -aprendizaje, ya que como lo menciona Hernández (2010) “*No hay aprendizaje sin un nivel de desarrollo previo, ni hay desarrollo sin aprendizaje*”. Vigotsky plantea que el Obuchemie ó proceso de enseñanza-aprendizaje, involucra las relaciones que se dan entre el que aprende, el que enseña y el proceso individual en ellos.

En el caso del que *enseña*, éste debe establecer las estrategias que generen: que los alumnos interactúen, que retomen lo conocimientos previos de una manera eficaz, que se relacionen adecuadamente en el proceso maestrosalumnos, alumnos-familia y alumnos con el entorno en general.

Es decir, que dependiendo del ambiente social en particular se construirá el conocimiento, mostrándose aquí la importancia de realizar planeaciones adaptadas a la situación en la cual se encuentran los estudiantes según la comunidad donde están, a sus intereses y motivaciones, tomando en cuenta también el avance tecnológico que los rodea.

Por otra parte, el que *aprende* tiene una participación activa en su desarrollo, es un ser social protagonista de las



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

interacciones sociales en las que se ve involucrado en su vida tanto académica como personal. Éste como plantea Wertsch (1993), reconstruye los saberes en la unión de dos procesos que se llevan a cabo en él: el proceso de construcción personal y el proceso de construcción en colaboración con su grupo o sociedad.

La unión de ésta construcción y coconstrucción es la que producirá la apropiación del conocimiento.

El proceso de enseñanza es el desarrollo psicológico que tiene un individuo en conjunto con los procesos socioculturales, es decir, en la sesión de clase los estudiantes junto con la guía del docente deben realizar *intercambios de ideas* que contribuyan a reconstruir los códigos y contenidos curriculares.

En el enfoque sociocultural, según Onrubia (1995), las técnicas y estrategias de enseñanza asistida deben cumplir con ciertos criterios de intervención que promuevan la construcción asertiva de la zona de desarrollo próximo obteniendo con esto, aprendizajes significativos en los alumnos, entre los cuales se tiene que:

Fomentar que los estudiantes participen activamente involucrándose en las actividades o tareas de resolución. El docente debe brindar retroalimentación oportuna en el proceso de asistencia didáctica y de ser necesario modificar las estrategias a utilizar.

El docente debe promover el uso de lenguaje explícito y claro con la intención de permitir el diálogo continuo y constante maestro-alumno y alumno-alumno.

El docente durante el acompañamiento de estas actividades debe realizar una constante relación entre los conocimientos previos y los nuevos contenidos de aprendizaje.

Debe también promoverse la concientización en los estudiantes de modo que ellos perciban la mejora en su aprendizaje lograda en una situación colaborativa.

En el contexto educativo, la zona de desarrollo próximo también muestra una influencia en las evaluaciones que se aplican, las cuales tienen las siguientes características: a) centradas en los productos de desarrollo, b) no valoran los procesos en desarrollo y c) son descontextualizadas, ya que evalúan solo la dimensión intramental.

Una *evaluación* que cumple las anteriores características se denomina *estática*, ya que solo está basada en el concepto que el estudiante memoriza o bien en el resultado del problema o del ejercicio que se obtiene, sin tomar en cuenta cuál fue el razonamiento o el proceso por el cual llegó a él. El objetivo de esta investigación es determinar si los contenidos de los programas de estudio de la Ingeniería en Energías Renovables son pertinentes, de calidad y cubren las expectativas del alumno y de qué manera las asignaturas deben conjuntarse para impulsar una cultura emprendedora.

Para el desarrollo de este objetivo se plantean las siguientes preguntas de investigación:

¿Los contenidos de los programas de estudio de la carrera son pertinentes, de calidad y cubren las expectativas del alumno?

¿De qué manera las materias que forman la currícula escolar deben conjuntarse para impulsar una cultura emprendedora?

Metodología

Para el desarrollo de este trabajo se planteó el análisis de una encuesta aplicada a los egresados de la carrera de Energías Renovables del periodo septiembre-diciembre de 2015; se utilizó la encuesta con preguntas y respuestas muy concretas, lo que permitió obtener resultados claros para la recolección de datos por ser un instrumento fácil y que no requiere una mayor cantidad de tiempo; Además, este instrumento permite que se expresen las actitudes generales, de gran ayuda para interpretar las preguntas más estructuradas; establece una armonía para obtener la cooperación del encuestado, motivado a responder preguntas específicas para captar los resultados esperados. En este proceso se realizaron entrevistas a los profesores de la carrera para identificar los mecanismos para fomentar en el alumno una cultura emprendedora en los programas de estudio de las materias integradoras de conocimiento en la formación del Ingeniero en Energías Renovables de las cuales su finalidad real es que el estudiante diseñe proyectos donde aplique integralmente todas las áreas de su formación obteniendo el qué, el porqué y el para qué de su perfil profesional.

El abordaje de esta investigación cualitativa es de tipo etnográfica, es decir, se combinan los métodos de observación participativa donde el investigador interviene en la situación o problema que se va a investigar, interpreta y redacta sus experiencias pertinentes al estudio; y la observación no-participativa en la que el investigador observa y toma datos.

(Alvarez-Gayou, 2006) considera que “el propósito de la investigación etnográfica es describir y analizar lo que las personas de un sitio, estrato o contexto determinado hacen usualmente; así como los significados que le dan a ese comportamiento, realizado bajo circunstancias comunes o especiales, y finalmente, presenta los resultados de manera que se resalten las regularidades que implica un proceso cultural”

El investigador normalmente es un observador completamente participante (convive con el grupo o vive en la comunidad) y pasa largos periodos inmerso en el ambiente o campo. Debe irse convirtiendo gradualmente en un miembro más de este (comer lo mismo que todos,



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

vivir en una típica casa de la comunidad, comprar donde lo hace la mayoría, etc.). Asimismo, utiliza diversas herramientas para recolectar sus datos culturales: observación, entrevistas, grupos de enfoque, historias de vida, obtención de documentos, materiales y artefactos; redes semánticas, técnicas proyectivas y autorreflexión. Va interpretando lo que percibe, siente y vive. Su observación inicial es general y luego comienza a enfocarse en ciertos aspectos culturales. Ofrece descripciones detalladas del sitio, los miembros del grupo o comunidad, sus estructuras y procesos, y las categorías y temas culturales. Por otro lado, el investigador se mantiene abierto a autoevaluar su papel en el contexto o escenario y genera clasificaciones culturales.

Los factores que se consideraron en la encuesta aplicada a esta muestra son:

Sexo

- Conocimiento del perfil de la carrera en el momento de inscribirse.
- Nivel de satisfacción de desempeño de los profesores.
- Nivel de liderazgo adquirido en su carrera.
- Calidad de los servicios escolares y administrativos de la institución.
- Nivel de motivación personal que influye en su aprendizaje y su comunicación intrapersonal e interpersonal.
- Manejo adecuado de las TIC'S.
- Práctica de actividades culturales y deportivas.
- Nivel de emprendedurismo e innovación que aplica para dirigir proyectos relacionados con las Energías Renovables.
- Compromiso que tiene con el desarrollo sustentable y el aprovechamiento de las energías renovables.

Resultados

Uno de los primeros factores que influyen en la calidad de un programa de estudio es que el alumno esté convencido de qué carrera estudiar al momento de su inscripción a la Institución, si el estudiante tiene una buena orientación vocacional, la cual es responsabilidad de las instituciones de educación medio superior podrá conocer cuáles son las aptitudes y actitudes con las que cuenta al escoger carrera, pero no solo el que el estudiante se conozca así mismo es importante, también lo es el hecho de que después de realizar una investigación del centro al cual quiere inscribirse conozca perfectamente cuales son los requisitos de ingreso, egreso y permanencia.

En el caso de la encuesta aplicada en la cual con un 95.3% de confianza se observó que el 15% de los estudiantes no conocían el perfil de la carrera al inscribirse, lo cual es un gran inconveniente porque expresa la falta de conocimiento desde el inicio por parte de los alumnos, ya que entonces no saben en que pueden desempeñarse al término de su formación profesional.

Otro factor importante es el nivel de satisfacción del desempeño de los profesores en la formación académica del alumno, en este caso el 87% de los estudiantes registraron que lo considera entre muy bueno y bueno; en este sentido los profesores tienen la obligación de formar integralmente al estudiante, no sólo en su formación e instrucción, sino preparándolo para que tome sus propias decisiones, en la forma más correcta y objetiva posible; brindándole diversos tipos de experiencias como introducción a la práctica profesional activa, actualización en el uso y manejo de las TIC'S. Para ejercer esta humana y noble labor, el maestro no sólo debe tener conocimientos generales y especializados de la, o las asignaturas que imparte; sino también poseer cualidades humanas y práctica didáctica que conduzca de forma eficaz el aprendizaje del estudiante.

Otro factor importante para la calidad educativa es desarrollar instrumentos para evaluar a la planta docente de la institución que indique el dominio de las materias que imparte, el cumplimiento de las actividades académicas, el uso de tecnologías en la enseñanza, la buena interrelación con alumnos, pares y superiores, la eficiencia en el cumplimiento de las actividades administrativas. Así mismo el profesorado debe ser contemplado en programas de capacitación continua en áreas pedagógicas y de especialidad en áreas afines al programa educativo.

El 66% de los alumnos considera que su formación académica en términos de liderazgo es satisfactoria, importante para su desarrollo personal y profesional y le será benéfico para superar los obstáculos y aprovechar las oportunidades inherentes al proceso de globalización. Otro de los factores de suma importancia para la calidad educativa es el servicio que el alumno recibe en su estancia en la institución en dos áreas: en primer lugar, los servicios escolares que recibe en su trayectoria educativa a partir de su inscripción y en segundo lugar, los servicios administrativos (becas, servicios médicos, actividades deportivas, culturales y de salud entre otras). El concepto que el alumno tiene de estos servicios y que impactan en la calidad de su formación profesional es alto, el 82% de los encuestados considera importante recibir una buena calidad; por tal motivo es necesario que estas áreas mejoren y se adapten a los cambios tecnológicos que demanda el alumno y otorguen un mejor servicio en los procesos de admisión, egreso y trámites correspondientes.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Además de las estrategias cognitivas, el alumno requiere estrategias motivacionales que le permita desarrollar y mantener un estado de bienestar y un ambiente de aprendizaje apropiado. Las emociones forman parte importante de la vida psicológica del alumno y tienen una alta influencia en su desempeño académico. Así mismo, el estudiante debe aplicar su aprendizaje con métodos didácticos apoyados en las TIC'S, en la investigación y la práctica en la empresa. La formación académica debe ser integral, que incluya actividades deportivas, culturales, de salud, ética y valores y de emprendedurismo y que se impartan como materias extracurriculares obligatorias, ya que el 78% de los estudiantes manifestaron que al incluir estas actividades mejorará la calidad educativa. Por otro lado, la encuesta demostró ampliamente la importancia de aprender una o dos idiomas extranjeros que le permita al alumno el intercambio internacional en actividades docentes y laborales.

Discusión

El panorama anterior nos demuestra que para el 95% de los estudiantes, la carrera de Energías Renovables si cubre sus expectativas; así mismo otro resultado muy importante de la encuesta aplicada a los estudiantes es el que se observa que el 48% de ellos no está laborando, en tanto que solo el 43% está laborando en empresas del área de energías renovables y un 9% trabaja en empresas de diferente área y no tenemos ningún alumno que haya empezado su microempresa, lo cual da muestra de la problemática real que se está presentando debido a la falta de motivación ó talvez de conocimiento para la creación de un proyecto generador de utilidades.

Es entonces necesario una cultura ambiental que involucre Energías Renovables y Desarrollo Sustentable con un alto nivel de emprendedurismo e innovación. El emprendimiento muchas veces surge de ideas innovadoras personales, pero los proyectos empresariales viables deben tener un seguimiento y capacitación durante el proceso de su formación que sean sostenibles económicamente y que agreguen valor social.

Ante la situación política-económica que prevalece actualmente en nuestro país, la necesidad de crear empleos va en aumento, y las empresas ya existentes son insuficientes para tal tarea, por lo que surgen cada vez más emprendedores con ideas novedosas para poner en práctica y generar fuentes de ingreso, las cuales van en una diversidad de áreas, saturando en algunas ocasiones las poblaciones con tiendas de abarrotes, cafés, estéticas etcétera, de los cuales en algunos lugares es posible encontrar dos o tres de estos negocios en la misma calle con diferencias mínimas pero finalmente el mismo bien o

servicio se está mercantilizando en muy cortas distancias, dejando con esto una mínima probabilidad de que tal negocio prospere y pueda lograrse no solo la recuperación de la inversión, sino también la generación de las suficientes ganancias que permitan al dueño del establecimiento reinvertir para mejorar la calidad de lo ofertado.

Pero en México, los egresados de nuestras universidades, ¿solo pueden aspirar a poner un negocio de comida rápida o una tienda de abarrotes? Si como sabemos el aprovechamiento del viento y de la radiación solar, tiene un enorme potencial por las condiciones climatológicas en la república mexicana, es necesario impulsar la cultura emprendedora al área de las energías renovables, pero ¿de qué manera las materias que forman la currícula escolar deben conjuntarse para este fin? ¿Cómo impulsar a los estudiantes de las carreras de energías renovables al emprendedurismo?

Como perspectiva y seguimiento a lo observado se plantea como estrategia el realizar una planeación didáctica donde efectivamente se dé lo que está en el programa de estudios de cada asignatura, es decir se pretende dar un seguimiento más cercano con la finalidad de que realmente en las sesiones de clase se estén presentando las estrategias de aprendizaje adecuadas para que el estudiante pueda desarrollar efectiva y eficazmente las competencias profesionales necesarias.

Por otra parte, el abordar las materias mediante aprendizaje basado en proyectos puede ser una buena estrategia de mejora, debido a que al presentar una problemática a resolver se promueve que el alumno deba investigar y aplicar los conocimientos con el propósito de resolver esa problemática, para lo cual el trabajo colaborativo es de gran ayuda para alcanzar dichos objetivos.

Referencias bibliográficas

Libros

- Dutrénit, G. (2012). La Estrategia de innovación de la OCDE, empezar hoy el mañana. México: Centro para la OCDE para América Latina y Foro Consultivo Científico y Tecnológico.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. Del L. (2006). Metodología de la Investigación. Diseños de investigación cuantitativa (pp.697-700). México, D.F: McGraw-Hill Interamericana.
- Vicente, P. (2001). Viaje al Centro de la Dirección de Instituciones Educativas. Mensajero. España: Editorial Bilbao



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Informes y manuales

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (1995). Documento de Política para el Cambio y el Desarrollo en la Educación Superior. Francia.

Fuentes electrónicas

Benítez Cárdenas F., “Tendencias internacionales de la creación científica y tecnológica en las universidades”, Conferencia, Evento CIER`99, La Habana, Cuba. Secretaría de Educación Pública. Programa para la Modernización Educativa 1989-1994. Obtenida el 8 de marzo de 2016, de <http://bibliotecadigital.conevyt.org.mx/inea/frames.asp?page=36&id=109>

Conferencia mundial sobre Educación Superior. La Educación Superior en el siglo XXI. Visión y acción. Obtenida el 15 de marzo de 2016 <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001163/116345s.pdf>

Escotet Miguel A., “Tendencias, misiones y políticas de la universidad”, UCA, Nicaragua, 1994

OCDE Mejorar las escuelas. Estrategias para la acción en México. Resumen ejecutivo 2010. Obtenida el 29 de febrero de 2016, de

<http://www.oecd.org/edu/school/47101613.pdf>

Perspectivas OCDE, México Políticas clave para un desarrollo sostenible. Obtenida el 24 de febrero de 2016, de <http://www.oecd.org/mexico/45391108.pdf>.

Programa Sectorial de Educación 2013-2018

Secretaría de Educación Pública, Programa Sectorial de Educación 2013-2018 obtenida el 20 de julio de 2015.

<http://www.sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/4479>

/4/images/PROGRAMA_SECTORIAL_DE_EDUCACION_2013_2018_WEB.pdf.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Perfil y la participación de las mujeres empresarias de las MIPES de la Cd. de Chihuahua.

Área temática. El emprendedor y su prospectiva empresarial.

Nombre completo de autor(es). M.C.A. Guadalupe Anchondo Chavarría, M.D.O. Maria del Carmen Santillan Ruvalcaba y M.A.M. María Rebeca Martinez Aranda.

Cuerpo Académico al que pertenece (si fuera el caso). DESARROLLO DE NEGOCIOS Y CONSULTORÍA

Institución de procedencia. UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE CHIHUAHUA

Número(s) telefónico(s) y Correo(s) electrónico(s).

TELEFONO: 614 2202164

CORREO: guadalupeac138@gmanil.com

TELEFONO: 6141615880

CORREO: mcsantil@hotmail.com

TELEFONO: 6141407940

CORREO: becamatz@hotmail.com



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Perfil y participación de las mujeres empresarias de las MIPE's de la Cd. de Chihuahua

Resumen: La presente investigación tiene como objetivo analizar el papel de la mujer emprendedora en el municipio de Chihuahua. A continuación se realiza un análisis de la situación laboral actual de las mujeres empresarias mexicanas. La situación actual de la mujer mexicana en el ámbito laboral es cada vez mayor, ya son muchas las mujeres que cuentan con pequeñas y medianas empresas a nivel nacional. Las propuestas y los esfuerzos para nivelar las condiciones para la mujer en el mercado laboral, en general, están presentes de diferentes formas y en diferentes aspectos. Las mujeres tienden a tener negocios más pequeños, en su mayoría, micro empresas y en mucha menor medida, empresas pequeñas y medianas en términos de ventas y de número de empleados. Generalmente se inician en la informalidad y así se mantienen y se concentran en sectores de servicios de bajo valor agregado (cuidado del hogar, confección, cosmético, cocina, etc.). Las mujeres inician sus empresas como una forma de conciliar trabajo y familia y toman sus decisiones a partir de criterios diferentes. En el municipio de Chihuahua la mayoría de las empresas cuentan con tecnología para apoyarse en las actividades diarias. El perfil de la mujer empresaria chihuahuense oscila entre 35 a 55 años de edad. El 38% de estas empresas están registradas como pequeño contribuyente y llama la atención que un 17% no tiene registro ante la Secretaría de Hacienda. El 45% de las empresarias saben cuánto deben vender para no tener pérdidas, el 27% cuentan con un plan para que la empresa crezca y el 23% tienen el conocimiento acerca de las oportunidades y amenazas para prepararse ante cualquier dificultad que se presente. No obstante los avances logrados para conseguir la equidad de género en la región, se requieren programas que conduzcan, entre otros, a aumentar el número de MIPE'S creadas por mujeres, pero sobre todo a garantizar su sustentabilidad y crecimiento. Se destaca la necesidad de considerar a las MIPE'S de mujeres como un sector central. Cualquier recomendación de medidas a tomar para apoyar la participación de la mujer en las MIPE'S, debe priorizar directamente su concepción como agentes económicos. Resulta necesario adoptar acciones de carácter indirecto, orientadas al mejoramiento de la productividad y competitividad de los productos y servicios generados por las MIPE'S de mujeres, los cuales pueden ser de aplicación general para las MIPE'S como la simplificación de trámites burocráticos, educación financiera, difusión e información sobre los programas existentes, etc.

Abstract: The present document aims to analyze the women role as entrepreneurs in the municipality of Chihuahua. In the following section, an analysis of the current labor situation of Mexican women entrepreneur is presented. The current situation of Mexican women in the workplace is increasing, since are many women who have small and medium-sized businesses nationwide. The proposals and efforts to equalize the conditions for women in the labor market, in general, are present in different ways and different aspects. Women tend to have smaller businesses, mostly micro businesses and to a lesser quantity, small and medium companies in terms of sales and number of employees. Usually these businesses start in the informal economy and like that are maintained and these are concentrated in sectors of low value-added services (such as home care, clothing production, cosmetic services, cooking, etc.). Women start their businesses as a way to balance their work and family and they take their decisions based on different criteria. In Chihuahua City, most companies have technology to support their activities. The profile of the entrepreneur women has a range from 35 to 55 years old. 38% of these companies are registered as small taxpayer and is noteworthy that 17% do not have registration at Secretaria de Hacienda. 45% of women entrepreneurs know is needed to sell to break even, 27% have a plan to grow the company and 23% have knowledge about the opportunities and threats in order to be prepared for any businesses. Despite the progress to achieve gender equality in the region, leading programs are required to increase the number of MIPE'S created by women, among others. In order to ensure their sustainability and growth. The need to consider MIPE'S of women as a central sector stands out. Any recommendations for measures to be taken to support the participation of women in MIPE'S, must be prioritize directly in its conception as economic agents. It is necessary to take indirect actions, aimed at improving productivity and competitiveness of products and services generated by women MIPE'S, which may be generally applicable to MIPE'S, such as simplifying bureaucratic procedures, financial education, information and diffusion of existing programs, etc.

Palabras clave: Mujeres, trabajo, educación, política, empresas.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Introducción

De acuerdo a la Organización Internacional del Trabajo en el mundo se ha incrementado la participación de las mujeres en la actividad empresarial. En México cada día la mujer va incursionando de manera notable en la actividad empresarial, sobre todo en las MIPE's. La actividad empresarial de las mujeres es una tendencia que se ha venido observando en los últimos años. Cada vez más, las mujeres representan una fuerza económica muy importante en el desarrollo de los países, incluso en los emergentes, donde aún se cuentan con diferencias culturales, académicas y sociales. México no permanece ajeno a este desarrollo, resulta interesante descubrir los factores que han venido contribuyendo a que las mujeres de todas las comunidades del país, salgan de sus hogares y decidan emprender algún negocio e integrarse al ámbito laboral.

La presencia de la mujer en las actividades empresariales ha cobrado una creciente importancia en México. Estudios realizados en diversos países han mostrado que a partir de los últimos veinte años ha habido un aumento en el número de mujeres empresarias. Las empresas que están preferentemente ubicadas son los sectores comerciales y de servicios. Hoy en día, las mujeres microempresarias tienen la visión y grandes expectativas de crecer, desarrollarse y llegar a ser empresarias exitosas; sin embargo no es fácil ser dueña de un negocio, ya que existen múltiples obstáculos como trámites complicados, rotación del personal, préstamos con intereses demasiado altos, etc. Se ha comprobado que en México existe un número alto de Pequeñas y Medianas Empresas, las cuales son dirigidas por mujeres. La importancia de estas es su contribución a la creación de empleos locales y desarrollo económico. El desarrollo de la mujer sobre todo en el aspecto de la vida laboral, ha tenido un incremento considerable en la actualidad.

México se sitúa en el cuarto lugar de los países de América Latina que cuenta con el entorno empresarial propicio para las mujeres que buscan iniciar o hacer crecer un negocio. Esto demuestra que existe gran potencial y crecimiento a nivel nacional. Revelaron que las mujeres en México sólo representan el 16% del sector empresarial. Es importante conocer las características que han influido para que las mujeres hayan decidido incursionar en el desarrollo económico de los países de una manera más activa, convirtiéndose en empleadoras y generadoras de ingresos para las familias.

Existen muchas motivaciones, las cuales han movido a la mujer mexicana a crear su propia empresa, una de ellas es ser independiente de un hombre, el querer ser profesional

y poder generar sus propios ingresos. Sin embargo existen otras motivaciones que las mueven a crear su propio empleo tal como ser la manutención de su propia familia. En esta investigación analizaremos la participación de las mujeres mexicanas que son dueñas de su propia empresa (micro y pequeña empresa).

Teoría del dominio y trabajos previos

La incorporación de las mujeres al trabajo laboral constituye cambios sociales sin precedente que transformaron radicalmente las sociedades de la segunda mitad del siglo XX. Junto con el aumento de la participación femenina en la economía y el nuevo perfil de la división sexual del trabajo, durante los últimos treinta años hemos sido testigos de otros cambios producidos por la globalización de los mercados financieros y laborales, el acelerado desarrollo científico y tecnológico, la creciente importancia de las comunicaciones y de los sistemas de transporte, el hundimiento del imperio soviético y la transformación de algunas de las grandes organizaciones públicas y privadas.

Para mediados de la década de los noventa en América Latina, uno de cada cinco hogares ya estaba sostenido por una mujer y, en México, en un periodo de cinco años (2000-2005) éstos aumentaron de 4.6 a 5.6 millones lo cual representa el 23 por ciento del total. La presencia activa de las mujeres se ha hecho evidente en todos los ámbitos. En la vida política la equidad de género y el rechazo de la idea de que los hombres son mejores líderes políticos que las mujeres, se ha llegado a considerar como un importante componente de la democratización. (*Política y Cultura, otoño 2007, núm 28, pp. 9-41*).

MIPEs

Las micro, pequeñas y medianas empresas conocidas por su acrónimo MIPE'S, son particularmente importantes para las economías nacionales por las aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios. En México constituyen el 99.8% del total de las empresas, generadoras de empleo del 72.1% de la población y producen ingresos equivalentes al 52% del Producto Interno Bruto (PIB); en la ciudad de Chihuahua, se estima que existen alrededor de 14,127 empresas, de las cuales el 98.84% son MIPE'S, así



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

mismo se calcula que su tasa de mortandad en los primeros tres años de existencia sobrepasa el 80%. A pesar de la importancia de las MIPE'S la información existente no permite determinar el por qué tienen éxito o fracasan estas empresas.

Las MIPE'S se clasifican en micro empresa que son todos aquellos negocios que tienen menos de 10 trabajadores, generan anualmente ventas hasta por 4 millones de pesos y representan el 95 por ciento del total de las empresas. Las pequeñas empresa son aquellos negocios dedicados al comercio, que tienen entre 11 y 30 trabajadores o generan ventas anuales superiores a los 4 millones y hasta 100 millones de pesos, representan más del 3 por ciento del total de las empresas y las medianas empresas son los negocios dedicados al comercio que tiene desde 31 hasta 100 trabajadores, y generan anualmente ventas que van desde los 100 millones y pueden superar hasta 250 millones de pesos (INTRAGREGTOPPO. 2014).

Las empresas creadas por mujeres tienen características que deben tomarse en cuenta cuando se diseñan estrategias para promover su desarrollo, algunas de ellas están definidas de la siguiente forma:

- Son más pequeñas que las de los hombres y tienen un menor desarrollo.
- Tienen menor antigüedad que la de los hombres.
- Las empresarias, en su mayoría, fundan e inician su empresa con recursos propios. Para financiar sus empresas la mayoría de ellas recurre a sus ahorros personales y a la reinversión de sus ganancias.
- La mayoría de las empresarias se insertan de manera gradual en las actividades empresariales, muchas empiezan sin concebirse a sí mismas como empresarias.
- Las situaciones más comunes que precipitan el inicio de la actividad empresarial en las mujeres son la pérdida de empleo y la enfermedad o muerte de un familiar.
- Las mujeres tienen menos posibilidades de obtener créditos bancarios, más aún, la mitad de las mujeres empresarias ni siquiera ha intentado obtener alguno.

- Para la mayoría de las empresarias, su empresa es la única fuente de ingreso económico.
- La mayoría de las empresas de mujeres se concentra en el mercado interno y no exportan ni importan ningún producto o servicio.
- El machismo y la corresponsabilidad entre distintos roles (el profesional con el doméstico) son los obstáculos más comunes que afrontan.
- Las empresarias tienden a ser más jóvenes que los empresarios.

La principal motivación para formar una empresa es el deseo de tener un negocio propio, la necesidad de independencia económica y la urgencia de mayores ingresos para el sostén propio y de su familia. La experiencia profesional previa en la actividad económica desarrollada y la realización personal son motivaciones que están presentes y son a la vez la principal fuente de satisfacción de las empresarias para continuar con sus proyectos productivos.

Las mujeres, en su rol de empresarias, asumen grandes riesgos al grado de exponer su bienestar económico y estabilidad familiar. Este doble peligro resulta de la vinculación que se establece entre la conservación de su patrimonio y el éxito de su acción empresarial, relación determinante para la tranquilidad y estabilidad económica del ámbito familiar. (Oficial Journal of the European Union, 2013, p.39).

MIPE'S en México.

Desde los años 90's los países latinoamericanos, incluyendo a México, adoptaron Modelos Neoliberales de Desarrollo Económico, que se caracterizaron principalmente por una liberalización del comercio, desregulación de la inversión extranjera y la privatización de empresas gubernamentales. Estos cambios se tradujeron en difíciles retos para las MIPE'S, ya que se enfrentaron a un mundo globalizado con libre comercio, sin contar con el apoyo o recursos necesarios para enfrentarlo. A diferencia de las grandes empresas, las MIPE'S tenían un acceso limitado y



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

restringido a créditos bancarios, tecnología y muy poca información de productos y mercados (Shalden K, 2010).

Además del número de empleos que aportan, las MIPE'S contribuyen al crecimiento económico de un país. El crecimiento en la productividad está fuertemente influenciado por la alta competitividad que las pequeñas empresas logran al tratar de sobrevivir. Menos de la mitad de las pequeñas nuevas empresas sobreviven más de cinco años, lo que genera rotaciones muy altas de empleos y una constante movilidad en el mercado laboral; proceso indispensable para la competitividad y el cambio estructural (OECD, 2012a).

Participación de las mujeres mexicanas en las MIPE'S

Un alto número de Micro y Pequeñas Empresas (MIPE'S) son dirigidos por mujeres. La importancia de estas es su contribución a la creación de empleos locales y desarrollo económico. El desarrollo de la mujer sobre todo en el aspecto de la vida laboral, ha tenido un incremento considerable en la actualidad.

México se sitúa en el cuarto lugar de los países de América Latina que cuenta con el entorno empresarial propicio para las mujeres que buscan iniciar o hacer crecer un negocio. Esto demuestra que existe un área de gran potencial y crecimiento en el país. Revelaron que las mujeres en México sólo representan 16% del sector empresarial (INEGI, 2014).

El 43.8% de las personas ocupadas registradas en la economía nacional, fueron mujeres. En 2014, las mujeres conformaron el 11.0% del total de personal ocupado en el sector construcción.

Del total del personal ocupado en las industrias manufactureras en el año 2014, las mujeres participaron con el 34.5 por ciento.

En 2014, en el sector comercio al por menor la fuerza laboral femenina aporta el

51.3% del personal ocupado total. En el comercio al por mayor la participación de la mujer alcanza una de cada cuatro personas empleadas.

En 2014, las mujeres participaron con el 47.9% del personal ocupado total en los servicios privados no financieros, tales como restaurantes, hoteles, contabilidad y auditoría, escuelas del sector privado, servicios legales y médicos,

entre otros. Esto representa casi la mitad del total del personal ocupado en estos sectores.

En ese mismo año 2014, las mujeres participaron con 13.0% del total del personal ocupado en los diferentes modos de transporte.

El valor del trabajo no remunerado en las labores domésticas y de cuidados fue el equivalente al 18.0% del Producto Interno Bruto en el año 2014.

Por cada 10 horas de carga total de trabajo remunerado y no remunerado realizadas por las mujeres, los hombres realizan 8.3 horas.

De las más de 29 millones de personas ocupadas que se tienen en cerca 5.7 millones de unidades económicas reportadas por los Censos Económicos 2014, las mujeres alcanzaron el 43.8 por ciento.

En el sector privado y paraestatal laboraron cerca de 22 millones de personas, de las cuales 41.2% eran mujeres y 58.8% hombres. Los servicios financieros concentran el mayor porcentaje de personal ocupado femenino con el 49.5%, seguido del comercio con el 47.7 por ciento. La menor participación femenina se registró en el sector pesca y acuicultura donde únicamente el 10.0% del personal son mujeres (INEGI, 2016).

Factores de impulso y obstáculos a mujeres empresarias mexicanas.

Algunos de los factores que impulsan a las mujeres en México a ser empresarias son debido a la falta de oportunidades en el mercado laboral, la necesidad de complementar el ingreso, además de la necesidad de tener flexibilidad ya que el tema de género las impulsa sobre la responsabilidad tradicional por el cuidado de la casa e hijos y su rol como sostén familiar secundario, en el caso de las mujeres casadas.

La brecha salarial y la falta de oportunidades en el mercado laboral pueden influir en la decisión de una mujer de transformarse en empresaria. Aunque los roles de género pueden incidir en las características de desempeño de los negocios de propiedad de un hombre o de una mujer. Los roles tradicionales de género continúan cargando a las mujeres en forma desproporcionada con las responsabilidades familiares y domésticas. Tal como lo expresó María Elena Mendoza en el estudio de caso de México: “Acá en México no existe idea de que el hombre deba ayudar a la mujer en las tareas de la casa”. Esto pudiera



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

ser un obstáculo para el buen funcionamiento y el crecimiento de su negocio.

Otro obstáculo al que se pueden enfrentar las mujeres empresarias es el acceso a créditos, de hecho en México existen más de 200 programas de gubernamentales para PYME, que pueden ayudar a las microempresas a aprovechar mejores recursos ya sean humanos, financieros o materiales para poder lograr su desarrollo.

La mujer forma parte de manera importante de nuestra economía y de la vida política. Se han roto los esquemas tradicionales y esto ha hecho que sean una parte esencial.

Esto se debe a que las mujeres cada vez se han aventurado no solo a tener un empleo si no van más allá, ahora ya se han transformado en directivos de grandes empresas, líderes de opinión dueñas de sus propios negocios o líderes políticos de nuestra sociedad.

Desventajas de las mujeres microempresarias en México.

Otras investigaciones de campo y estudios de caso dan cuenta de las siguientes particularidades de los negocios de mujeres:

Concentran en “subsectores” de actividad con menor valor agregado, tales como el comercio ambulante, la producción de alimentos, la costura o los servicios educativos, los cuales a menudo son una extensión de las actividades del hogar.

Estos subsectores de menor valor agregado utilizan menos tecnología y se ubican al final de la cadena productiva, con reducidos márgenes de utilidad.

A diferencia de los hombres, en algunas sociedades las normas culturales limitan el acceso de la mujer al espacio público de mercados preferentes, finanzas, información, oportunidades de inversión y redes de comercialización.

Las mujeres suelen arriesgarse menos que los hombres, en gran medida porque tienen la responsabilidad del bienestar de sus hijos.

No están preparadas para desarrollar negocios exitosos, entre otras razones debido a falta de capacitación, experiencia laboral y recursos financieros; o bien por causa de aspectos culturales como sentimientos de culpa, la doble jornada, el temor al fracaso, etc.

No cuentan con respaldo de garantías para obtener créditos en la banca comercial o de desarrollo.

Las microempresarias tienden a seguir estrategias de crecimiento “horizontal y no vertical”; es decir, buscan extender la cartera de sus negocios en lugar de especializarse y hacer crecer alguno de ellos.

Las mujeres tienden a enfocarse hacia negocios de poco riesgo y bajo crecimiento, considerándolos como más seguros.

Se les dificulta entrar o permanecer en los nichos de mercado en que predominan los hombres, y optan por desistir o retirarse. (Mujeres Emprendedoras y Empresarias, Nacional Financiera S.N.C, pág. 2-3).

Participación de las mujeres microempresarias en la ciudad de Chihuahua.

En la ciudad de Chihuahua existe un alto número de mujeres emprendedoras que son dueñas de negocios micros y pequeños, las cuales la mayoría cuentan con una edad entre los 45 a 55 años, un porcentaje alto de ellas son casadas, madres de 2 a 3 hijos y en general observamos que terminaron el bachillerato. La participación de las mujeres en estas empresas es del 26 al 50%, aproximadamente. Podemos determinar que algunas son dueñas de estos negocios desde el 2001 y otras de ellas a partir del 2010.

El 38% de estas empresas están registradas como pequeño contribuyente y llama la atención que un 17% no tiene registro ante la Secretaría de Hacienda.

De acuerdo a la información el 70% cuentan con un teléfono fijo y el 67% tienen acceso a internet.

El 45% de las empresarias saben cuándo deben vender para no tener pérdidas, el 27% cuentan con un plan para que la empresa crezca y el 23% tienen conocimiento acerca de las oportunidades y amenazas para prepararse de manera más oportuna. Solo el 19% de las empresarias tienen a sus empleados inscritos en el IMSS y un 42% consideran que ofrecen un trabajo decente que permite mantener a sus empleados conformes con las funciones que realizan.

Los espacios que tienen para el negocio son propios, rentados y muchas de ellas ocupan su propia vivienda para



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

su micro o pequeña empresa, ya que de esta forma se evitan pagar otros gastos extras.

Las mujeres empresarias comentan que fundar su propia empresa fue muy difícil pues se encontraron con muchos obstáculos como demasiada responsabilidad y exceso de trabajo, así como trámites complicados y una alta rotación de personal.

El número de trabajadores con los que cuentan la mayoría de estos negocios son entre 11 hasta 30 empleados.

El giro de los negocios son principalmente servicios profesionales como estéticas, maquillistas, dirigiéndose al rubro de la belleza. Como segundo giro encontramos la industria de alimentos como tortillerías y panaderías; el tercer giro encontramos negocios de costura y planchado.

Metodología

Objetivo de la Investigación

El objetivo de la investigación es identificar el perfil y la participación de las mujeres empresarias de las MIPes de la Cd. de Chihuahua, que permita instrumentar acciones para mejorar el entorno económico y apoyar directamente a las empresas para que se consoliden y puedan crecer.

Método

El estudio es parte de una investigación más amplia tomado de Posada, Aguilar y Peña (2016) en el estudio del municipio de Chihuahua (Santillán, Anchondo, Martínez y Villalobos 2016) El método se enfoca desde una perspectiva cuantitativa con alcance exploratorio de forma transversal, basado en un estudio de campo que tuvo como fuente de información principal una encuesta a una muestra representativa de las microempresas en la ciudad de Chihuahua. La muestra fue del tipo aleatorio estratificado, tomando como estratos un solo tamaño de empresa.

Se utilizó una muestra de 316 MIPes de la Cd. de Chihuahua, dada una población de 33,029 unidades económicas en el municipio de Chihuahua. (INEGI, 2014), y usando la fórmula de tamaño de muestra propia para

análisis de proporciones –consideramos un valor de $p=50%$, para obtener la muestra más grande con una confiabilidad de 95% y un error de 5%. De la información obtenida se filtró para analizar 84 encuestas que son las que corresponden a las empresas en las que el propietario es mujer.

Para los cuestionarios se realizó un muestreo por conveniencia en el que se capacitó aproximadamente a 200 alumnos para que se aplicara el instrumento. El periodo de levantamiento fue durante los meses de febrero a abril 2015. La información obtenida fue analizada en el programa SSPS.

Se diseñó un instrumento para medir las características del sistema-MiPEs desde la perspectiva de una sola persona, específicamente el director de la empresa, a la que se le pidió que valorara tanto los procesos, como las entradas, salidas y medio ambiente de la empresa entre otros aspectos. Dada la diversidad de perfiles que tienen estas empresas y que con frecuencia tienen estructuras ambiguas, se tomó la decisión de definir al director como la persona que toma la mayoría de las decisiones en la empresa y a la MiPEs como “un grupo, donde se reúnen personas que aportan capital y trabajo, con el propósito de obtener utilidades y remuneraciones, respectivamente” (López Vázquez, 2011, p. 8) y que cuenta con al menos un trabajador y máximo 50.

La estratificación de las empresas se llevó de acuerdo al “Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) 2013, la encuesta centra su medición en los sectores económicos de las Industrias Manufactureras, el Comercio (conformado por el Comercio al por mayor y el Comercio al por menor) y los Servicios privados no financieros (integrados por los Transportes, correos y almacenamiento; Servicios profesionales, científicos y técnicos; Apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación; Servicios de esparcimiento, culturales, deportivos y otros servicios recreativos; Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas; Otros servicios excepto actividades gubernamentales)” (ENAPROCE 2015)

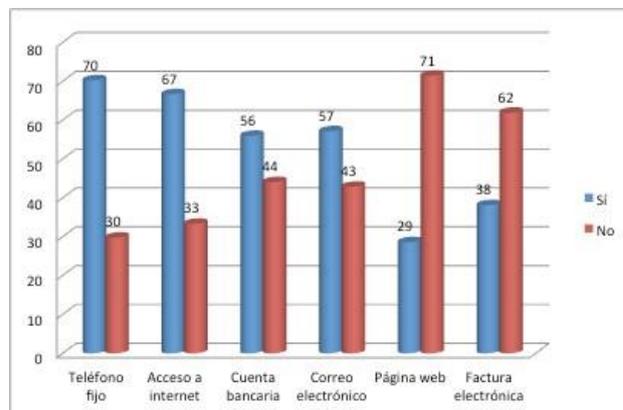
Se toma en cuenta la distribución de la actividad económica del municipio de acuerdo al INEGI (2015):



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

| | 198119 CHIHUAHUA | TOTAL |
|--|------------------|--------------|
| 11) Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza | 11 | 11 |
| 21) Minería | 18 | 19 |
| 22) Generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, suministro de agua y de gas por ductos al consumidor final | 23 | 23 |
| 23) Construcción | 35 | 35 |
| 31 - 32) Industrias manufactureras | 2588 | 2588 |
| 43) Comercio al por mayor | 1429 | 1429 |
| 44) Comercio al por menor | 11022 | 11022 |
| 45 - 49) Transportes, correos y almacenamiento | 307 | 307 |
| 51) Información en medios masivos | 114 | 114 |
| 52) Servicios financieros y de seguros | 74 | 74 |
| 53) Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles | 65 | 65 |
| 54) Servicios profesionales, científicos y técnicos | 1033 | 1033 |
| 55) Corporativos | 7 | 7 |
| 56) Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación | 175 | 175 |
| 81) Servicios recreativos | 1226 | 1226 |
| 82) Servicios de salud y de asistencia social | 1622 | 1622 |
| 74) Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos | 414 | 414 |
| 72) Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas | 337 | 337 |
| 83) Otros servicios excepto actividades gubernamentales | 1958 | 1958 |
| 92) Actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales | 479 | 479 |
| TOTAL | 27009 | 27002 |



Fuente: propia.

concluyeron sus estudios universitarios y solo el 27% terminaron bachillerato, el 6% cuenta con maestría.

Resultados

De las empresas creadas y dirigidas por mujeres, el 44% tiene más de diez años de operación. El 38% está registradas como pequeño contribuyente y llama la atención que un 17% no tiene registro ante la Secretaría de Hacienda. El giro del negocio en la que se tiene mayor participación con un 28.5% es en los servicios profesionales y técnicos como estéticas, uñas, maquillistas, seguida por la industria de los alimentos con un 15%.

Respecto al número de empleados en las MiPEs se muestra que: 35.7% de las empresas cuentan con dos empleados, 27.4% tienen tres empleados y 13% cuatro empleados. La mitad de las empresas se encuentran ubicadas en zonas comerciales y el resto en zonas residenciales. El tipo de local el 42% es propio, el 20% tienen un espacio en la vivienda y el 30% renta el lugar.

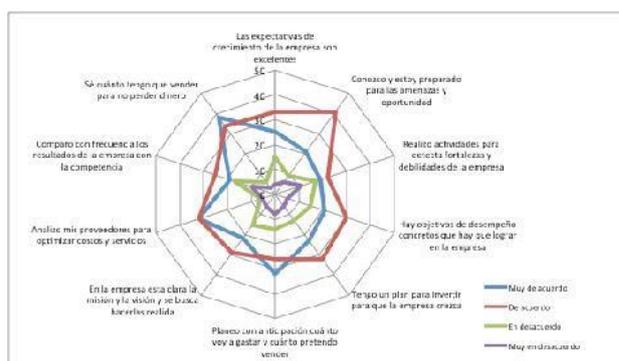
De acuerdo a la información de la gráfica 1, el 70% cuenta con un teléfono fijo y el 67% tiene acceso a internet y solo el 29% cuenta con una página web para dar a conocer su negocio.

Gráfica 1: Servicios con los cuentan las MIPes.

El perfil de la mujer empresarias es el siguiente: La edad de las propietarias oscila entre los 35 a 55 años, el 60% está casada y tienen en promedio 3 hijos y el 54% no

Referente a la forma de administrar, la gráfica 2 muestra que el 45% de las empresarias saben cuánto deben de vender para no tener pérdidas, el 27% cuentan con un plan para que la empresa crezca y el 25% tiene conocimiento sobre sus oportunidades y amenazas y se prepara para enfrentarlas. El 38% se preocupa por optimizar costos a través del análisis de proveedores. El 43% dicen acatar las normas y leyes.

Gráfica 2: Administración.



Fuente: propia.

En relación al personal, la gráfica 3 ilustra que solo un 19% de las empresas tiene a sus empleados registrados ante el IMSS y un 23% capacitan a su personal. Además el 42% consideran que ofrecen un trabajo decente y permite mantener un balance entre la vida personal y laboral. Un 45% considera que tiene una comunicación abierta con sus trabajadores.

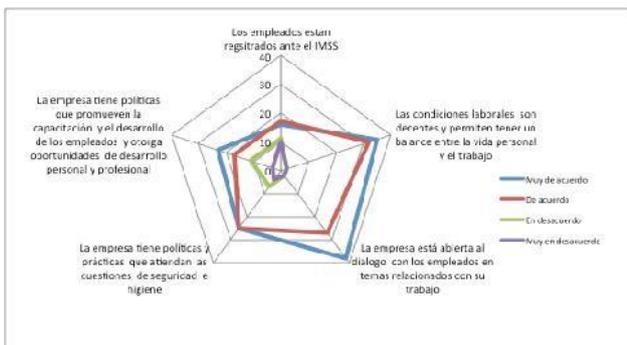


5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

77%, funciones de recursos humanos en un 64%, funciones de comunicación en un 61%, así como servicio posventa en un 57% según lo demuestra la gráfica 4.

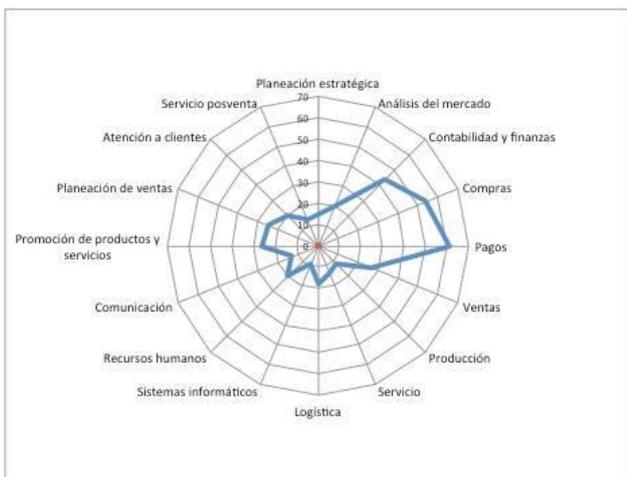
Gráfica 3: Recursos Humanos.



Fuente: propia.

Las mujeres empresarias consideran importante la atención y servicio al cliente: el 65% dice comunicar a los clientes términos, precios y condiciones sin engaños, un 57% atiende quejas y sugerencias por parte de los clientes y trata de cumplir lo que les promete. Y un 52% busca cuidar los datos personales de sus clientes.

Gráfica 4: Funciones principales que realiza la empresaria.



Fuente: propia.

Las funciones que principalmente realiza la empresaria dentro de su negocio son: pagos en un 73%, compras en un 64% y contabilidad y finanzas en un 52%. Mientras que las funciones que de manera formal se dejan de hacer en la empresa son: funciones de informática y sistemas en un

Las ventas según los resultados obtenidos, el 35% lo realiza un trabajador, el 32% lo realizan las empresarias, el resto entre ambos.

Discusión

El grupo más numeroso de mujeres emprendedoras en un estudio en Coahuila, indica que tienen entre 31 y 45 años, mientras que el municipio de Chihuahua oscila entre los 46 y 55 años. (Guerrero L., Gómez E., Armenteros M. 2014)

De acuerdo a las estadísticas detalladas sobre las micro, pequeñas y medianas empresas del país, (ENAPROCE 2015) el 12.6% imparte capacitación a su personal, que representa un 10% menos a los resultados obtenidos en el presente estudio.

De las MIPES dirigidas por mujeres en Chihuahua, el 67% tiene acceso a internet y solo el 29% cuenta con una página web para dar a conocer su negocio, mientras que el 73.9% de las microempresas a nivel nacional no tienen acceso a internet lo que indica que en el municipio el uso de la tecnología es mayor que a nivel nacional (ENAPROCE 2015).

Conclusiones y trabajos futuros

Las empresas en Chihuahua lideradas por mujeres no son muy diferentes al resto del país, la mayoría de estas empresas son del sector servicios y comercio, aunque ya algunas están incursionando en otras actividades como la manufactura y la construcción ramas estereotipadas para el hombre. Es importante recalcar que estas empresas contribuyen ampliamente en la economía del país de acuerdo al INEGI el 37% de PIB en México es aportado por mujeres.

Se requiere de mayor apoyo a este sector, establecer programas para que estas empresas puedan crecer ya que de acuerdo a los resultados de la investigación el 44% tienen una antigüedad de más de diez años y su crecimiento ha sido muy lento, se han sostenido pero no han pasado de Mipes, y de acuerdo a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público,



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

las mujeres tienden a saldar sus deudas de manera íntegra al solicitar un préstamo y son las que tienen mayores dificultades para adquirirlo.

Las empresarias consideran importante brindar un buen servicio al cliente, actuar con honradez, sin engaños, procuran competir justamente y de manera responsable.

En cuanto a las funciones de planeación estratégica, análisis de mercado, promociones nadie realiza esas actividades, por lo que estas empresas solo tratan de mantenerse sin ninguna o poca planeación. En donde tienen mayor participación es en pagos, compras y finanzas.

Referencias bibliográficas

Aguilar, O., Posada, R., & Peña, N. (2016). Análisis sistémico de las Mypes en Chihuahua, Chih., (Santillán, Anchondo, Martínez y Villalobos 2016) (F. Román, Ed.), Análisis sistémico de la micro y pequeña empresa en México (Primera, pp. 144–155). México: Pearson Educación, México.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015^a). Indicadores de ocupación y empleo al primer trimestre de 2015. Retrieved from <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=25433&t=1>

INEGI. (2014). Censos Económicos 2014. Recuperado el 5 de julio de 2015, de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/default.aspx>

López Vázquez, L. P. (2011). *Visión paradigmática de la empresa mexicana en la conceptualización de la responsabilidad social corporativa*. Universidad de Celaya. Estadísticas ENAPROCE 2015 http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/establecimientos/otras/enaproce/default_t_a_spx

Guerrero L., Gómez E., Armenteros M. 2014 **REVISTA INTERNACIONAL ADMINISTRACION & FINANZAS**, VOLUMEN 7, NUMERO 5

Blair Trujillo, Elsa. (2009). MUJERES EN EL AMBITO LABORAL. En POLITICA Y CULTURA (30-33). COLOMBIA: COLUMBUS.

Mujeres Emprendedoras y Empresarias, Nacional

Financiera S.N.C, pág. 10. (a. 2014).

INTRAGREGTOPPO. (2014). MUJERES EMPRESARIAS. 2016, de VANA/Resources Sitio web: http://siteresources.worldbank.org/INTLACREGTOPPO/VANA/Resources/8404421260809819258/Libro_Mujeres_Empresarias.pdf.

Official Journal of the European Union L124/36 (2013) Commission Recommendation. El día 1 de agosto del 2013 acerca de las definiciones de la micro, pequeña y mediana empresa. Información que se consultó en la página:

<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:124:0036:004>. PDF.

OCDE. Cómo conciliar la vida familiar con el trabajo. México: Fondo de Cultura Económica, 2012. 372 pp.

INEGI. (2016). MUJERES TRABADORAS EN MÉXICO Y CHIHUAHUA. 2016, de INEGI Sitio web: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=25433&t=1>

NACIONAL FINANCIERA. (2009). MUJERES EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS. NACIONAL FINANCIERA, 2, 2-3.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Empresas familiares: Breve revisión teórica

Cuerpo académico: “Factores y procesos para la creación de empresas y responsabilidad social”.

Área temática:

El emprendedor y su prospectiva empresarial.

Co-autores

M.A.N Zugaide Escamilla Salazar

Centro Universitario Atlacomulco

Universidad Autónoma del Estado México.

Tel. 712-12-20-436. Ext.121 zugaidees@hotmail.com

M.R.S. Antonio Sámano Ángeles

Centro Universitario Atlacomulco

Universidad Autónoma del Estado México. Tel. 712-12-20-436. Ext. 101

M.A. Fidencio Ochoa Flores Centro Universitario

Atlacomulco

Universidad Autónoma del Estado México.

fochoaf@uaemex.mx

Tel. 712-12-20-436



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Empresas familiares: Breve revisión teórica

Resumen: *En éste paper se presenta una revisión de la literatura sobre empresas familiares, que tiene como objetivo detectar hacia donde se dirigen los estudios sobre la disciplina a fin de abordar un estudio en México que aporte más luz al campo empresarial. Si bien es sabido, este tipo de emprendimientos genera un gran aporte en la economía de los países donde se establecen, razón por la cual las políticas públicas y los académicos de las universidades ponen su esfuerzo en tratar de comprender el funcionamiento de este tipo de empresas, al agente principal del emprendimiento y los integrantes de la familia que colaboran en ella, además del entorno que rodea y, que afecta directa o indirectamente la organización.*

Abstract: *A revision of the literature on family businesses is presented in this paper, which aims to detect where the different studies on this discipline are directed in order to approach a study in Mexico that enlightens more the entrepreneurial field. As it is known, this type of ventures generate a great contribution to the economy of the countries where they are settled, it is a reason why public policy and academics at universities put their effort into trying to understand the operation of these businesses, the main agent of entrepreneurship and family members who work in it, in addition to the surrounding environment which, directly or indirectly, affects the organization.*

Palabras claves: Empresa familiar, Familiness, capital social.

Introducción

La revisión de la literatura sobre empresa familiar muestra un argumento generalizado por los autores del campo, el cual sugiere que este tipo de organizaciones generan un gran aporte a la economía nacional.

Por tanto, debido a esta situación, las políticas públicas y la academia de investigadores de universidades de todo el mundo ponen sus esfuerzos a tratar de realizar estudios a fin de garantizar la subsistencia de la misma.

Sin embargo, el estudio sobre este tipo de organizaciones es muy reciente, la teoría revisada muestra una empresa familiar que se aborda hace menos de tres décadas por diversas áreas del conocimiento, tal como la economía, la teoría de la organización, la sociología, por mencionar algunas, esto permitió avances significativos, actualmente la disciplina está estancada, situación que ha limitado un conceso generalizado sobre el concepto.

En este contexto, la breve revisión de documentos sobre el campo realizado en el presente trabajo, muestra una serie de estudios abordados en países desarrollados, que es

donde surgen los pioneros en el estudio de la empresa familiar.

Recientes investigaciones, tratan de compilar los trabajos más importantes al respecto, a fin de mostrar líneas de investigación que complementen las existentes y así mostrar más luz al área empresarial familiar.

En este orden de ideas, como se comentó en párrafos anteriores la empresa familiar es uno de los emprendimientos que impacta la economía, pero también desaparece pasando a la segunda generación, es debido a esto que enfocar estudios a la supervivencia de este tipo de organizaciones es fundamental en todo el mundo.

Debido a esta situación, tanto las políticas públicas como la academia de investigadores en el campo se centran en el análisis de la supervivencia de éstas empresas, cómo lo es la parte financiera, de organización, planeación, etc., dejando a un lado factores intrínsecos del círculo familiaempresa, los cuales sin duda son fundamentales para la supervivencia, tal y como lo sugieren trabajos que sean realizado y que afirman que dicha supervivencia no depende de cuestiones económicas sino de otros factores subjetivos.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

En este orden de ideas, el presente trabajo clasifica la búsqueda de la información teórica sobre la disciplina, en tres niveles de análisis, encontrando que en México el estudio de la empresa familiar avanza de manera paulatina y se centran en temáticas de sobrevivencia como los son los protocolos de sucesión básicamente, al igual que como los realizan estudios en otros países, dejando a un lado esos factores subjetivos que también son importantes para su desarrollo en cualquier fase del proceso de creación empresarial.

Es por eso que este trabajo se planteó el objetivo: detectar hacia donde se dirigen los estudios sobre la disciplina a fin de abordar un estudio en México que aporte más luz al campo empresarial

El resto de éste *paper* está organizado de la siguiente manera. En la Sección 2 se muestra la evolución histórica de la empresa familiar. La Sección 3 describe la metodología que se abordó para localizar la información. Las conclusiones y futuras líneas de investigación se encuentran en la Sección 4.

Evolución histórica de la empresa familiar

En los últimos años un alto porcentaje de las empresas en el mundo son familiares, lo que deriva un gran aporte a la economía mundial, en países desarrollados estas representan un porcentaje alto, lo cual en los países en vías de desarrollo se supera (Gómez, Betancourt y Zapata, 2012), motivo por el cual las políticas públicas y la academia centra sus esfuerzos en este tipo de organizaciones.

Ante tal acontecimiento, la empresa familiar es la forma más extensa en el sentido empresarial internacional, los primeros estudios acerca de la empresa familiar en el mundo se centran en el año de 1953 en la universidad de indiana, por otro lado, investigaciones publicadas recientemente, refieren a las primeras aportaciones sobre empresa familiar en los años sesenta por un grupo de académicos que sostenían que las empresas familiares eran un objeto de estudio primordial para el desarrollo de las mismas (Tapies, 2011).

Sin embargo, más tarde en el año de 1980 las investigaciones acerca de la empresas familiar se hizo más concreta y evidente, puesto que se empezaron a abordar

temas principales como; la propiedad, la empresa y la familia, ahora bien en ese sentido también se estudiaron temas que hacían las investigaciones de la empresa familiar más profunda tales como: el correcto gobierno en las empresas, así como la gestión de la misma (Tapies, 2011).

De otra manera, las investigaciones realizadas por Nueno (2011) muestran los indicios de una empresa familiar en Europa en el siglo XX que abarcó un porcentaje de participación en el mercado, esto debido a su gran desarrollo económico y crecimiento empresarial. Por su parte, de la Garza y Medina (2012), sugieren que el estudio de esta temática ha sido abordado hace menos de tres décadas en el mundo, argumento que respalda Casillas y Acedo (2007), Litz, (1995), Miller et al. (2007), citado en Benavides, Guzmán y Quintana (2011), estos autores afirman que esta disciplina tuvo un fuerte auge desde 1989, causa por la cual actualmente no existe un conceso sobre el concepto, a pesar de notable esfuerzo que realizan diversos campos como el teoría económica, la organización de empresas, quienes trabajan arduamente en la renovación teórica del estudio de empresas familiares.

Otra postura en cuanto a las áreas que abordan la disciplina objeto de estudio, es la de un pionero investigador en el tema, Wortman, (1994), quien argumenta que este constructo “empresa familiar” se nutre de varias enfoques que la han considerado como tema de análisis, siendo estos la psicología, la sociología, la economía, las leyes y los sistemas familiares (citado en Belausteguigoitia, 2009).

Debido a esta situación, Benavides et al. (2011) realizan un trabajo reciente, tratando de compilar estudios acerca de la disciplina, logran presentar la evolución de la investigación sobre la temática objeto de estudio dentro del periodo 1961 y 2008, destacan las publicaciones más importante sobre empresa familiar, las instituciones más activas, las metodologías empleadas y los subtemas que versan sobre esta disciplina científica, a fin de mostrar más luz sobre futuras líneas de investigación que complementen las existentes.

En este contexto, el artículo de los autores citados en el párrafo anterior, permite detectar que las referencias bibliográficas pertenecen a autores de centros de investigación y universidades provenientes de países



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

desarrollados como lo es Estados Unidos y Canadá, no se observa publicación alguna de países Latinoamericanos.

En este orden de ideas, quizás esto tenga sentido debido a que éste continente presenta características de una economía administrada, en donde para la mayoría de empresas de producción en pequeña escala la innovación tiene menor importancia y los productos manufacturados y los servicios prestados son de poco valor añadido en comparación con las grandes empresas, además del limitado número de empresas nacientes que entran en el modelo de economía empresarial por causas de las numerosas restricciones para crear empresas basadas en el conocimiento (Angelelli y Kantis, 2004, Acs y Amorós, 2008, Amorós y Cristi, 2008).

En este orden de ideas, no es desconocido que el espíritu empresarial es un fenómeno relativamente nuevo para Latinoamérica, el cual se convierte en un campo de rápida expansión, sin embargo, no se ha logrado consolidar la dinámica empresarial (Kantis et al. 2002, Kantis, 2004) como se quisiera.

Latinoamérica se caracteriza por su crecimiento económico en los últimos años, pero algunas países y regiones de Latinoamérica consolidan el éxito para mejorar su desempeño económico en comparación con otros mercados emergentes (Blejer, 2006, López-Claros et al. 2006), ya que según estudios encontrados, se argumenta que: incluso dentro de las regiones de un mismo país, el nivel de crecimiento económico difiere según la fase de desarrollo (Carree et al. 2002, Van Stel et al. 2005, Audretsch y Keilbach, 2004, Lee et al. 2004, BelsoMartinez, 2005) en la que se encuentran.

Por su parte Gómez, Betancourt y Zapata (2012), argumenta que Latinoamérica muestra gran participación económica generada por empresas familiares, lo que se resume en que estas ocupan un porcentaje importante del producto interno bruto (PIB), dependiendo de cada país, sin embargo, el autor señala que lamentablemente con el paso del tiempo desaparecen debido a los grandes retos que enfrentan a lo largo de su evolución y permanencia. Es aquí donde tienen sentido analizar la empresa familiar y detectar las problemáticas que tiene la familia empresaria, la organización empresarial y el entorno donde esta se desarrolla.

Un estudio reciente como es de Trevinyo (2012), muestra un panorama de la última década sobre investigaciones realizadas en Latinoamérica, es autor destaca que los académicos se centran en el análisis de la supervivencia de éste tipo de empresas, mostrando que dicha supervivencia no depende concretamente de cuestiones económicas sino de otros factores inmersos en el círculo familia-empresa. Sin embargo, el documento señala la falta de más investigaciones y ejes temáticos. Argumento que respalda el Global Entrepreneurship Monitor, el consorcio integra más de 59 economías del mundo incluyendo la participación de México, sin embargo los estudios respecto a creación de empresas y emprendimientos con datos GEM son relativamente pocos para el país (Escamilla, Caldera, y Cruz, 2014).

En este sentido, en cuanto a empresa familiar que es un emprendimiento que realiza una familia, ya sea por oportunidad o por necesidad, aunque estudios como los de Reynolds, Bosma, Autio, Hunt, De Bono, Servais (2005), argumentan que en países en vías de desarrollo los emprendimientos son por necesidad.

Sin embargo, otros autores como Soto (2013), argumenta que la investigación en el país sobre empresa familiar se ha originado con diversas vertientes lo cual hace que el enfoque sea de carácter multidisciplinar. En este sentido, es evidente que la disciplina cobra mucho interés en todo el mundo, sin embargo, México avanza lento en esta cuestión, tal y como lo muestra el estudio de Garza et al. (2011), el cual afirma que en el país consideran el estudio sobre esta temática como investigación científica para su análisis en épocas recientes.

Líneas de estudio más relevantes sobre creación de empresas.

Cómo ya se mencionó en párrafos anteriores, la importancia que tienen la actividad familiar empresarial en el contexto donde se desarrolla es fundamental, incluso se llega a comentar que ésta es una medida de solución para generar riqueza y debatir el desempleo que en muchas regiones de países existe, debido a los beneficios que un emprendimiento como este genera, diversas organizaciones e instituciones académicas (Universidades generalmente) surgen para proporcionar asistencia a



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

quienes se desarrollan en ellas, sin embargo, es importante señalar la existencia de otras posturas que señalan que este tipo de empresas son una aberración debido a que se escucha con mucha frecuencia historias de fracaso más que de éxito (Donckels y Fröhlich, 1991, Nelton, 1993, Friedman, 1994 citado en Belausteguigoitia, 2009).

Por tanto, para conocer las líneas de investigación más representativas de la disciplina, se realiza una búsqueda en la literatura, detectando que Benavides et al. (2011) en su estudio, muestra veintidós temáticas sobre empresa familiar, resaltado que sucesión es abordado con mucha frecuencia, economía y teoría organizacional, gobierno corporativo, dirección estratégica y cambio organizacional, dinámica familiar interpersonal, dirección financiera, crecimiento y rendimiento empresarial, emprendeduría e innovación, se aborda con regular frecuencia.

Así mismo, los autores refieren que la temática sobre empresa familiar y género, etnia, dirección de recursos humanos, conflicto, formación, consultoría, docencia, internacionalización, globalización, historia del negocio, sistema macroeconómico y estado y planeación de impuestos, se abordan con menos frecuencia, al igual que cultura de la empresa familiar, responsabilidad social corporativa y ética, la profesionalización, marketing y dirección de la producción, las cuales en su conjunto representan las mayor parte de las problemáticas existentes en este tipo de organizaciones, tal y como lo muestra la tabla 1, cabe puntualizar que dicha investigación es realizada por un grupo de investigadores de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Industrial de Málaga, España.

Siguiendo este orden de ideas, se clasifica la búsqueda realizada de las temáticas sobre empresa familiar en el presente trabajo, cabe destacar que dicha búsqueda se realiza en las base de datos ebsco, emerald, redalyc, y dialnet, esto bajo la clasificación mostrada por Benavides et al. (2011) en su artículo, y la cual se describe en los dos párrafos anteriores, esto permitió detectar por un lado las temáticas que más se abordan, siendo estas sucesión, gobierno corporativo, dinámica familiar, conflicto y dirección financiera en trabajos de corte cuantitativo, Por otro lado, se detectaron los países los cuales pertenecen a los continentes Europeo (España, Grecia, Alemania,

Polonia), América de Norte (Manhattan), Oceanía (Australia, Nueva Zelanda), Asia (Afganistán, Líbano, Israel, Malasia), Oriente medio (Israel), tal es el caso de estudios como los de Majda, 2015, Ye, Parris, y Waddell, 2013, Tsoutsoura, 2015, K., Bilimoria, y Somers, 2015, Afghan, 2011, Beyrouiti, 2010, Kimhi 2009, Berghé, y Carchon, 2002, Siebels, y Knyphausen, 2012, Kumar, y Zattoni, 2013, Adendorff, y Halkias, 2014, Carr, Jon C. Hmieleski, Keith, 2015, Taylor, y Tucker, 2013, Gu, y Linhua, 2013, Barros-Contreras, Hernangómez, y Martín, 201

Tabla 1.

Evolución de la relevancia de las temáticas tratadas en la literatura sobre empresa familiar, 1961-2008.

| | 1961 | 1970 | 1980 | 1990- | 1999 |
|---|------|------|------|-------|------|
| Total | - | - | - | - | - |
| | 1969 | 1979 | 1989 | | |
| Sucesión | 123 | 1 | 2 | 15 | 50 |
| Economía y teoría organizacional | 81 | 0 | 0 | 4 | 31 |
| Gobierno corporativo | 68 | 0 | 0 | 11 | 11 |
| Dirección estratégica y cambio organizacional | 63 | 0 | 0 | 1 | 16 |
| Dinámica familiar | 54 | 0 | 0 | 5 | 20 |
| interpersonal | | | | | |
| Dirección financiera | 51 | 0 | 0 | 0 | 17 |
| Crecimiento y rendimiento empresarial | 43 | 0 | 1 | 3 | 9 |
| Emprendeduría/innovación | 32 | 0 | | 0 | 13 |
| Género y etnia | 25 | 0 | | 1 | 15 |
| Dirección de recursos humanos | 25 | 0 | | 3 | 8 |
| Conflicto | 18 | 0 | | 0 | 11 |
| Formación, | | | | | |



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

| | | | | | |
|---|------------|----------|----------|-----------|------------|
| consultoría y docencia sobre empresa familiar | 18 | 0 | 3 | 12 | |
| Internacionalización y globalización | 18 | 0 | 0 | 5 | |
| Historia del negocio | 14 | 1 | 1 | 8 | |
| Sistema macroeconómico | 13 | 0 | 1 | 10 | |
| Estado y planificación de impuestos | 10 | 0 | 1 | 9 | |
| Cultura | 9 | 0 | 2 | 4 | |
| Responsabilidad social corporativa y ética | 8 | 0 | 1 | 3 | |
| Profesionalización | 5 | 0 | 0 | 2 | |
| Marketing | 4 | 0 | 0 | 2 | |
| Dirección de la producción | 2 | 0 | 0 | 2 | |
| Total | 684 | 2 | 3 | 52 | 258 |

Total

Fuente: Benavides et al. (2011)

Así mismo, se realiza otra revisión en la literatura para identificar las investigaciones sobre la disciplina objeto de estudio en Latinoamérica, ya que como se muestra en el párrafo antes mencionado, no se detecta alguna, por tanto, se identifican algunos trabajos como los de Rodríguez y Martínez, 2006, Gómez-Betancourt, López, y Betancourt, 2008, Velásquez y Salom, 2008, Posso, Melquicedec Lozano, 2009, Pardo y Martínez, 2016, Lee, 2012, Ojeda y Chu de Fung, 2013, Arenas, y Rico, 2014, quienes centran sus esfuerzos en la eje de estudio dinámica familiar, sucesión, dirección financiera, emprendeduría, formación y consultoría, cabe mencionar que los países más representativos en esta búsqueda resulta ser Colombia y Venezuela.

Posteriormente, usando el mismo proceso para la búsqueda de literatura de la temática empresa familiar, pero ahora para México se visualiza una investigación, que va generando avances para la solución de una de las tantas problemáticas que tiene este tipo de organización la cual es

la “desaparición”, situación que se origina al pasar a la segunda generación (Friedman 1994, Belausteguigoitia 2004 citado en Belausteguigoitia, 2009), tal es el caso del estudio de Niebla, Cisneros, Saldívar, y Aguilar (2011), así mismo otras líneas que se analizan es, dinámica familiar, formación y consultoría, gobierno corporativo, marketing y cultura, tal es el caso de Valencia, Toledo, y Hernández (2012), Quijano, Magaña, y Pérez (2011), Pérez y Manica (2011), Caldera y Ortega (2011), Esparza y García (2011).

En concreto, se detecta que las investigaciones en México avanzan esta temática paulatinamente, sin embargo la mayor parte de los trabajos revisados provienen de países desarrollados, este argumento lo respalda Belausteguigoitia (2009), quien afirma que: “la disciplina ha tenido un desarrollo importante en los últimos años, en términos de investigación poco se ha realizado, aunque se observa un incremento en las publicaciones científicas”.

Las líneas que se abordan en el país, van encaminadas a la subsistencia de la organización familiar, centrándose principalmente en las características económicas de los empresarios y de sus empresas, dejando de lado los fenómenos sociales latentes para el comportamiento de los individuos, siendo esto un punto crucial para el avance de la investigación teórica sobre empresa familiar (Hack, 2009 citado en Baños, Ramírez y Rodríguez, 2015), argumento que refuerza lo señala por López, Serrano, Gómez, y García (2012), al afirmar que las investigaciones sobre la disciplina centra los esfuerzos por conocer la influencia de la familia sobre la empresa y efecto de las distintas prácticas empresariales, sin incluir indicadores sobre el carácter familiar de este tipo de empresas.

Al respecto y retomando las líneas de investigación en México, se detectó un trabajo que incluye el constructo familiness desde el enfoque basado en los recursos y capacidades, así mismo se identifica otro trabajo similar, el cual se realiza en España, ambos trabajos se basan en el argumento que las empresas familiares poseen y adquieren recursos que impactan al proceso emprendedor, a esto le llama familiness, es decir el conjunto de recursos y capacidades intrínsecos (López et al. 2012, Baños et al. 2015) con los que cuenta este tipo de empresas, además del capital social con el que ellas cuentan.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Siguiendo estas líneas de argumento la teoría de los recursos y capacidades en las organizaciones permite comprender los diferentes niveles de desempeño entre ellas, se dice que una empresa que cuenta con ventaja competitiva es porque utilizan y aplican los atributos que surgen de los recursos internos (Ireland, y Sirmon, 2003, Barney, 1991, Peteraf, 1993, Lee, Lee y Pennings, 2001, King y Zeithaml, 2001, Lerner y Almor, 2002).

Por su parte Katila y Shane (2005), señala que al referirse a capacidades y recursos en una empresa, es entender que ambos elementos recursos-capacidades mejoran la eficiencia y eficacia de la organización, así mismo el autor afirma que por recursos debe entenderse activos o insumos de producción a los que una organización tiene acceso o posee, y por capacidades, las habilidades de usar los recursos para alcanzar las metas de la organización. Aunque también éstos autores hacen referencia de que los recursos están expuestos a factores externos, y para que se traduzca en una ventaja competitiva, estos deberán ser valiosos, raros e inimitables de acuerdo a lo sugerido por King y Zeithaml (2001), y por Lee, Lee y Pennings, (2001).

En este contexto y siguiendo la lógica del estudio realizado en México referido en los párrafos anteriores el cual se enfoca en la teoría de recursos y capacidades, y la teoría de capital social, en cuanto a esta última, surge aproximadamente hace 25 años en el campo del emprendimiento y resulta ser un área de explicación importante para dicho campo (Herrera, 2008), la redes sociales se han considerado como fuente de información y de conocimiento valiosa, proveedora de capital financiero y capital humano que el emprendedor requiere en el proceso empresarial.

En términos más específicos, las redes que establece el emprendedor pueden ayudarle a crear su empresa, de acuerdo con Hoang y Antoncic (2002) y Barba y Martínez (2006), (citado en Molina et al., 2008). Por tanto, el efecto que tiene el capital social en el proceso de creación de empresas es tan benéfico para los emprendedores que diversos estudios señalan que las redes sociales y las estrategias sociales pueden dar lugar a nuevas alternativas para entender la creación de empresas, incluso se discute que puede facilitar el entendimiento del comportamiento del emprendedor y del propio proceso de creación empresarial (Aldrich y Zinner, 1986).

En este contexto, López et al. (2007), muestran que diversos autores utilizan en sus trabajos el concepto de capital social para dar respuestas a ciertos aspectos organizacionales; esto se debe a que las organizaciones son consideradas como actores sociales, por tanto el capital social resulta un elemento determinante para el intercambio de recursos entre unidades y empresas. Tales recursos pueden ser, la creación de capital humano, el aprendizaje interorganizativo, las relaciones con proveedores y la innovación de productos (Burt, 1992, Tsai y Ghoshal, 1998, Adler y Kwon, 2002).

En este sentido, el proceso que debe seguir un emprendedor para la puesta en marcha de un negocio, no es un actuar individual, cada etapa de dicho proceso requiere de las estructuras de las redes sociales las cuales son fundamentales para alcanzar la consolidación, el éxito y el desarrollo del negocio. Estos argumentos se pudieron constatar en los párrafos que se plantearon al inicio, ya que Cantillon, Say y Schumpeter, entre otros, presentan a un emprendedor involucrado en las relaciones sociales que le permiten escalar sus propósitos empresariales en un sistema económico complejo en el cual tiene que desarrollarse.

Ambos enfoques son abordados en la literatura para tratar de desarrollar una teoría unificada de empresa familiar; como ya se refirió anteriormente, ésta es un disciplina multidisciplinar, por tanto, los investigadores en el área tratan de proporcionar luz al campo, aplican el enfoque de recursos y capacidades bajo el constructo “familiness” a fin de definir el rasgo distintivo y único de las organizaciones familiares, así mismo, incluyen el enfoque de capital social para explorar cómo se produce la creación de recursos y capacidades de dichas empresas (Pearson et al., 2008, Sharma, 2008, citado en López et al. 2012), este último enfoque se ha integrado recientemente.

Familiness es un concepto relativamente nuevo, surge a finales de la década de los 90's, debido a esto muchos investigadores ha externado la existencia de confusiones a la hora de abordarlo, de ahí surge el resultado sobre las pocas investigaciones al respecto (Haberson y William, 1999), tal es el caso de estudios como los de Matz y Duane (2013), García y Gregorio (2014), Ortiz, Olaz, y Monreal (2014), y el de Ortiz y Olaz (2014) enfocado a empresas familiares, donde la fundadora es una mujer.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Contexto objeto de estudio.

En la actualidad las Pymes en México son consideradas como una medida para la problemática del desempleo, el que un emprendedor lleve a cabo su emprendimiento, además de autoemplearse, genera empleos que impactan en la economía del país, este argumento lo respaldan datos que muestra Belausteguigoitia (2009), el autor muestra que este tipo de organizaciones representan el 99.8 por ciento de las unidades económicas, los giros más representativos pertenecen al comercio, y de servicios.

Es importante señalar que existe una discusión sobre la viabilidad real de estos emprendimientos, pese a esta situación las políticas públicas y la academia en las Universidades están impulsando cada vez más este tipo de organizaciones a fin de que sean consideradas como opciones sólidas para la generación de empleos y el desarrollo económico, y no como una solución a problemas temporales, ya que de no ser así, será muy difícil que la situación actual que enfrenta el país se pueda revertir en el corto o mediano plazo (Dávila, 2010).

En este contexto es importante mencionar lo señalado en el trabajo de Saldívar (2016), aquí se hace referencia que, de acuerdo a datos extraídos del Instituto Nacional de Geografía y Estadística del año 2011, el nueve punto cinco por ciento del producto interno bruto (PIB) del país es generado en Estado de México, aportado por la industria manufacturera en primera instancia, seguido de la industria de servicios, el comercio, turismo, y por último, los servicios financieros y las inmobiliarias, así mismo, afirma que el estado de México ocupa el tercer lugar en producción artesanal en el país, los artesanos se centran particularmente en la zona norte del estado, dentro de los municipios más representativos se encuentran, Acambay, el Oro, Ixtlahuaca, Temascalcingo y Atlacomulco. En la economía del país, este argumento lo respaldan datos que muestra Belausteguigoitia (2009), el autor muestra que este tipo de organizaciones representan el 99.8 por ciento de las unidades económicas, los giros más representativos pertenecen al comercio, y de servicios.

Es importante señalar que existe una discusión sobre la viabilidad real de estos emprendimientos, pese a esta situación las políticas públicas y la academia en las Universidades están impulsando cada vez más este tipo de organizaciones a fin de que sean consideradas como

opciones sólidas para la generación de empleos y el desarrollo económico, y no como una solución a problemas temporales, ya que de no ser así, será muy difícil que la situación actual que enfrenta el país se pueda revertir en el corto o mediano plazo (Dávila, 2010).

En este contexto es importante mencionar lo señalado en el trabajo de Saldívar (2016), aquí se hace referencia que, de acuerdo a datos extraídos del Instituto Nacional de Geografía y Estadística del año 2011, el nueve punto cinco por ciento del producto interno bruto (PIB) del país es generado en Estado de México, aportado por la industria manufacturera en primera instancia, seguido de la industria de servicios, el comercio, turismo, y por último, los servicios financieros y las inmobiliarias, así mismo, afirma que el estado de México ocupa el tercer lugar en producción artesanal en el país, los artesanos se centran particularmente en la zona norte del estado, dentro de los municipios más representativos se encuentran, Acambay, el Oro, Ixtlahuaca, Temascalcingo y Atlacomulco.

Ejes teóricos

El presente trabajo pretende seguir la línea de argumentos abordada en los trabajos de López et al. (2012) y Baños et al. (2015), quienes abordan la teoría de los recursos y capacidades, así como la teoría del capital social, los autores integran una serie de dimensiones para detectar el efecto que tienen en las empresas familiares, integrando ambas teorías al constructo Familiness.

Así mismo, el estudio de Pena y Sánchez (2011), afirma que el familiness lo integra el carácter relacional con el que la empresa familiar cuenta y que la hace diferente empoderándola de una ventaja frente a sus competidores, estos autores incluyen dimensiones como: generación de conocimiento, reputación, toma de decisiones, orientación al largo, basado en la teoría del capital social.

Por tanto, para realizar la interacción entre la teoría de recursos, capacidades, y capital social, se utilizará la definición propuesta por Habbershon y Williams (1999), Habbershon, Williams y MacMillan, (2003), sobre familiness, la cual indica toda interacción sistemática realizada por la empresa, entre familia, sus miembros individuales y el negocio.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Por tanto, para este trabajo Familiness se integra por las tres dimensiones de capital social que exploran la estructura, la parte cognitiva y relacional de una organización a fin de generar una ventaja competitiva, este enfoque ha sido abordado en trabajos sobre emprendimiento mostrando avances significativos al campo, tal es el caso del pionero Nahapiet y Ghoshal (1998), tal y como lo sugieren Baños et al. (2015), así mismo, y siguiendo esta línea de argumentos, se toma la variable Recursos de la organización del autor antes mencionado, la cual incluye la orientación al aprendizaje, que a su vez, incluye dimensiones que han sido muy estudiadas en el campo del emprendimiento por autores como Wang y Wei, (2005); Liu, Luo y Shi, (2002), Keskin, (2006), dichas dimensiones son: compromiso con el aprendizaje, mentalidad abierta, visión compartida, también se integra al presente trabajo la orientación emprendedora propuesta Lumpkin y Dess (1996), que integran el enfoque a la innovación, la propensión a asumir riesgos, la proactividad de las organizaciones.

Metodología

El presente trabajo debe considerarse una aproximación teórica, por tanto la metodología para este tipo de estudios radica principalmente en la búsqueda de la información en fuentes primarias.

Por tanto, para dicha búsqueda se utilizaron las bases de datos EBSCO, EMERAL, Dialnet, Redalyc, estas bases de datos han permitido identificar valiosas referencias bibliográficas permitiendo plasmar una idea teórica, y posteriores análisis sobre la disciplina.

Así mismo, el internet ha sido un elemento de búsqueda de información para el fortalecimiento del presente escrito, el buscador Google Scholar ha sido fundamental para la búsqueda de trabajos científicos, también nos hemos apoyado de los escritos socializados en congresos nacionales e internacionales.

Conclusiones, limitaciones y futuras líneas de investigación.

Partiendo del objetivo planteado al inicio de este trabajo, el cual es detectar hacia donde se dirigen los estudios sobre la disciplina a fin de abordar un estudio en México que aporte más luz al campo empresarial, se concluye lo siguiente:

Los trabajos que se realizan en el país se centran en la supervivencia de las empresas familiares, básicamente se enfocan a las características económicas de los empresarios y de sus empresas, dejando de lado los fenómenos sociales latentes para el comportamiento de los individuos, siendo esto un punto crucial para el avance de la investigación teórica sobre empresa familiar.

Al respecto se detecta un trabajo desarrollado en México con enfoque sociológico que aborda el término “familiness” el cual integra la teoría de los recursos y capacidades y a teoría del capital social, ambas teorías para el constructo forman el carácter relacional con el que la empresa familiar cuenta y que la hace diferente empoderándola de una ventaja frente a sus competidores, esto permite detectar un buen comienzo para el desarrollo de una investigación que aporte además de luz para el campo, información importante para el contexto donde se pretende desarrollar el cual es la Zona Norte del estado de México.

Por otro lado, este trabajo se considera una aproximación teórica al constructo familiness, lo cual resulta la principal limitación. En posteriores trabajos que se socializaran mostraremos, la estructura de un marco de referencia que muestre hipótesis planteadas, objetivos, diseño de la muestra, entre otros elementos que por el momento no se han delineado debido al carácter de esta investigación. Por lo tanto, líneas de investigación podemos todas ya que no se han encontrado para la zona objeto de estudio ningún trabajo de análisis.

El cuerpo académico “Factores y procesos para la creación de empresas y responsabilidad social”, tienen un reto importante más por emprender, sabemos que el camino es largo pero estamos dispuesto a emprenderlo, sobre todo creemos en el impacto que esta investigación pueda tener para la empresa familiar de la zona Norte, para las autoridades públicas competentes, ya que se carece de información al respecto.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Referencias bibliográficas

- Adendorff, C., y Halkias, D. (2014). Leveraging ethnic entrepreneurship, culture and family dynamics to enhance good governance and sustainability in the immigrant family business, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 19 (2), 1450008-1 – 1450008-23. Doi: 10.1142/S1084946714500083.
- Afghan, N. (2011). Succession in Family Businesses: Kinship Culture and Islamic Law of Inheritance, *IBA Business Review*, 36(2), 343-346.
- Arenas, C. H. A., y Rico, B. D. (2014). La empresa familiar, el protocolo y la sucesión familiar, *Estudios Gerenciales*, 30 (132), 252-258, ISSN: 0123-5923.
- Baños, M. V. I., Ramírez, S. E. R., y Rodríguez, A. L. (2015). Familiness and its relationship with performance in mexican family firms. *Academy of Strategic Management Journal*, 14 (2).
- Barros-Contreras, I., Hernangómez, B. J., y Martín, C. N. (2014). La ‘familiaridad dinámica’ de las empresas familiares. El caso del Grupo Yllera, *Universia Business Review*, (42), 88-109, ISSN: 1698-5117.
- Beyrouti, N. (2010). The Succession Process and Leadership in Lebanon Family Businesses, *Franklin Business and Law Journal*, 3, p7.
- Belausteguigoitia, R. I. (2009). El campo de las empresas familiares en Latinoamérica: nuevas perspectivas. *Gestión y sociedad*. Recuperado de: http://cedef.itam.mx/sites/default/files/u489/el_campo_de_las_empresas_familiares_en_latinoam.pdf
- Benavides, V. C. A., Guzmán, P. V. F., y Quintana, G. C. (2011). Evolución de la literatura sobre empresa familiar como disciplina científica. *Cuadernos de economía y dirección de la empresa*, 2 (14), 78-90. ISSN: 1138-5758.
- Berghe, V., y Carchon, S. (2002). Corporate Governance Practices in Flemish Family Businesses, *Flemish Family Businesses*, 10 (3), 225-245.
- Carr, C. y Hmieleski, K. (2015). Las diferencias en los resultados del trabajo y la familia de conflictos entre la familia y las empresas no familiares: un estudio de los fundadores de empresas, *Entrepreneurship: Theory and Practice*.
- Caldera, D. y Ortega, M. A. (2011). Metodología para la elaboración de un estudio de mercado: El caso de la apicultura en una organización de la sierra de Oaxaca, empresa familiar, Metodología y estudio de la empresa familiar (1ª Ed.), México D.F., México: Hess.
- Chiner, A. (2011). La necesidad de un buen gobierno de la familia en las empresas familiares, *Universia Business Review*. ISSN: 1698-5117.
- Escamilla, S.Z., Caldera, G. D. del C., Cruz, del C.C. (2014). El emprendedor potencial: Identificación de oportunidades relacionadas con algunas variables del capital humano y social. *Entreciencias. Diálogos en la sociedad del conocimiento*. 2 (5): 245–261, ISSN: 2007–8064.
- Esparza, A. J. L. y García, P. de L. D. (2011). La cultura de las empresas familiares turísticas mexicanas y su influencia en la gestión estratégica, *Cuadernos de Administración*, 24 (42), 295-313.
- Frances, C. A. y C., P. J. (2013). Family business employees family communication and workplace experiences, *Journal of Family Business Management*, 3 (2), 88-107. Doi: 10.1108/JFBM-05-2012-0009.
- Garza, R. M.I., Medina, Q. J. M., Cheín, S. N. F., Jiménez, A. K. P., Ayup, G. J, y Díaz, F. J.G. (2011). Los valores familiares y la empresa familiar en el Nordeste de México, *Cuadernos de Administración*, 24 (42), 315-333. ISSN: 0120-3592.
- Gómez, B. G., Betancourt, R. J. B., y Zapata, C. N. (2012). Empresas familiares multigeneracionales. *Entramado*, 8 (2) 38-49. ISSN: 1900-3803.
- Gómez-Betancourt, G., López, V. M. P., y Betancourt, R. J. B. (2008). Estudio exploratorio de los factores que influyen en la selección de un mecanismo de sucesión patrimonial en las empresas familiares colombianas, *Cuadernos de Administración*, 21(37), 269-292.
- Gu, G. y Lin-Hua, L. (2013). Exploración de las implicaciones del rendimiento multiagencia problemas entre la empresa familiar público, *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*,
- K., O. K., Bilimoria, D., y Somers, T. (2015). Shared visión between fathers and daughters in family businesses: the determining factor that transforms daughters into successors, *frontiers in Psychology*, 6, 1-15. Doi: 103389/fpsyg.2015.00625.
- Kimhi, A. (1997). Intergenerational Succession in Small Family Businesses: Borrowing Constraints and Optional Timing of Succession, *Small Business Economics*, 9, 309318.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

- Kumar, P. y Zattoni, A. (2013). Cómo CGIAR contribuye al desarrollo del Gobierno Corporativo: Una Misión, varios formatos,
- Lee, C. (2012). Familia: Comunidad generadora de conocimientos en las empresas familiares, *Revista Multi ciencias*, 12, 115-120.
- López, F. M. C., Serrano, B. A. M., Gómez, L. R., García, P. G. (2012). El efecto del familiness en la performance innovadora de las empresas familiares: un análisis exploratorio, *Revista de Empresa Familiar*, 2 (2), 7-21.
- Lozano, M. B. (2015). Strategic decisions of family firms on cash accumulation, *Revista Administración de Empresas*, 55 (4), 461-466. ISSN 0034-7590.
- Lozano, M. (2009). Elementos para la consultoría en Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor: Data empresas familiares*, Pensamiento & Gestión, 26. Universidad del Norte, 214-237.
- Majda, A. (2015). Succession strategy in polish family businesses a comparative analysis, *Business Source Complete*, 15(1), 15-25.
- Niebla, Z. J., Cisneros M. L., Saldívar C. X., Aguilar R. J., (2011). Estudio bibliométrico en la sucesión de empresas familiares, *Metodología y estudio de la empresa familiar (1ª Ed.)*, Mexico D.F., Mexico: Hess.
- Nueno, P. (2011). Iniciativa emprendedora y empresa familiar: emprendiendo a través de las generaciones. *Universia Business Review*, 96-101.
- Ojeda, G. E. y Chu, de F. S. (2013). Entender y fomentar el emprendimiento en empresas familiares, *Todo lo que usted quería saber sobre...*, XVIII (1), 32-36.
- Pardo, A. y Martínez, L. (2006). Las Múltiples caras de las empresas familiares, *Debates IESA*, 9(2), 35-38.
- Pérez, L. y Manica, C. (2011). Metodologías de estudio e intervención, *Empresa familiar, Metodología y estudio de la empresa familiar (1ª Ed.)*, México D.F., México: Hess.
- Quijano, G. R. A., Magaña, M. D. E., y Pérez, C. C. A. (2011). Pertenencia y compromiso: Factores relevantes en la transición generacional de empresas familiares. *Caso Constructoras Campeche*, México, *Estudios Gerenciales*, 27 (121), 99-113.
- Treviño, R. (2012). Empresa familiar: ¿para servir o para servirse?, *Revista de negocios del IEEM*, 48-53.
- Collection Design and Implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231
- Rodríguez, P. A. y Martínez, F. L. (2006). Las múltiples caras de las empresas familiares, todo lo que usted quería saber sobre..., XI (2).
- Siebels, J. y Knyphausen, D. (2012). Una revisión de la teoría de la Empresa Familiar de Investigación: Las Implicaciones para Gobierno Corporativo, *International Journal of Management Reviews*, 10(3), 225-245.
- Soto, M. A. (2013). La empresa familiar en México. Situación actual de la investigación. *Contaduría y Administración*, 58 (2), 135-171. ISSN: 0186-1042.
- Tapiés, J. (2011). Empresa familiar: un enfoque multidisciplinar. *Universia Business Review*, 12-25.
- Taylor, J. y Tucker, J. (2013). Conflicto en una empresa familiar, *University of Auckland Business Review*,
- Tsoutsoura, M. (2015). The Effect of Succession Taxes on Family Firm Investment: Evidence from a Natural Experiment, *The Journal of FINANCE*, LXX (2), 650-688.
- Velásquez, G. L. y Salom, R. A. (2008). La comunicación interpersonal dentro de la dinámica familiar ante el reto de la adopción, *Telos*, 10 (1), 122-138, ISSN: 1317-0570.
- Valencia, O.A.C., Toledo, G.J.A. Hernández, A. H. (2012). La confianza y los códigos de comunicación: Factores de éxito en la empresa familiar, *Metodología y estudio de la empresa familiar (1ª Ed.)*, Mexico D.F., Mexico: Hess.
- Ye, J., A., Parris, M. A., y Waddell, D. (2013). The succession decision in Chinese – Australian family businesses: An exploratory study. *Small Enterprise Research*, 20, 110-125.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La toma de decisiones en las PyMES en México

Área Temática: El Emprendedor y su Prospectiva Empresarial

Dr. © Joaquín Vázquez Hernández

Cuerpo Académico: Desarrollo Industrial con Innovación Tecnológica

Universidad Politécnica del Valle de México

Tultitlan, Estado de México, México

vazquezhj@hotmail.com

58-35-09-58 / 5547993708

Av. Mexiquense S/N, esquina Av. Universidad Politécnica, Col. Villa Esmeralda, Tultitlan, Edo. Méx, México, C.P. 54910 Tel. 50-62-64-60



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La Toma de Decisiones en las PyMES en México

Resumen: La mayoría de las micros, pequeñas y medianas empresas, llamadas PyMES, representan la columna vertebral de la economía nacional por causa de los acuerdos comerciales, la generación de empleos y su producción nacional. De acuerdo con datos del INEGI, existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son PYMES que generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país. La administración de estas empresas ha entrado en una nueva fase de su evolución. Su complejidad cada día va en aumento, sus actividades y operaciones son más eficientes, así como su ininterrumpido crecimiento. La competencia obliga a los dirigentes de estos negocios a entender dónde están situados hoy y donde estarán en un futuro cercano. La combinación de juicio, iniciativa, resolución y creatividad les generan progreso y beneficios económicos a corto y largo plazo. Por esto la necesidad de tomar decisiones acertadas o riesgosas en un entorno de cambio constante, ya que muy pocas de estas decisiones se tomarán de manera aislada, aun cuando las personas tomen una decisión de manera individual, casi siempre terminarán involucrando a los demás. Por lo general la toma de decisiones en grupo puede llegar a funcionar, siempre y cuando se cree un plan funcional que incluya flexibilidad, madurez organizacional y una buena capacidad de ambigüedad. El objetivo del presente trabajo es averiguar si los factores que influyen en la Toma de Decisiones en las PyMES en la unidad de investigación es: la Creatividad, El entorno de cambio y la madurez organizacional.

Abstract: Most of the micro, small and medium-sized enterprises, PyMES calls, represent the backbone of the national economy by cause of trade agreements, the creation of jobs and their national production. According to data from INEGI, there are approximately 4 million 15 thousand-business units, of which 99.8% are SMEs generated 52% of gross domestic product (GDP) and 72% of employment in the country. The management of these enterprises has entered a new phase of its evolution. Its complexity is increasing every day, its activities and operations are more efficient, as well as its continuous growth. Competition forces these business leaders to understand where are today and where they will be in the near future. The combination of judgment, initiative, resolution and creativity generate progress and economic benefits in the short and long term. Why the need for successful or risky decisions in an environment of constant change, since very few of these decisions will be taken in an isolated manner, even when people make a decision on an individual basis, almost always end up involving others. Usually it takes from decisions into group can get to work, provided is believes a plan functional that include flexibility, maturity organizational and a good capacity of ambiguity. The objective of this study is to find out if the factors that influence decision-making in PyMES in the research unit is: creativity, the changing environment and organizational maturity.

Palabras claves: Toma de Decisiones, Creatividad, Madurez Organizacional.

Introducción

La mayoría de las micros, pequeñas y medianas empresas, llamadas PyMES, representan la columna vertebral de la economía nacional, constituyen hoy en día el centro del sistema económico de nuestro país. El enorme crecimiento de la influencia actual de estas empresas se debe a la masificación de la sociedad, a la necesidad de concentrar grandes capitales y enormes recursos técnicos para el adecuado funcionamiento de la producción y de los servicios, también al alto nivel de perfección logrado por sus sistemas de gestión de calidad. Ellas todo lo investigan,

planean y someten a procedimientos y métodos exhaustivos y científicos.

Las tareas directivas de las PyMES son cada vez más complejas y al mismo tiempo de gran trascendencia social, puesto que sus efectos se transmiten y multiplican en cadena en cualquier actividad. Desde el punto de vista individual, un pequeño negocio puede parecer aparentemente insignificante, pero en su tamaño de conjunto, es realmente grande, no solo en cifras, sino por su contribución a la economía. De acuerdo con datos del INEGI, existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son PYMES que generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La combinación de juicio, iniciativa, resolución y creatividad les genera a las PyMES progreso y beneficios económicos a corto y largo plazo. Por esto la necesidad de tomar decisiones acertadas o riesgosas en un entorno de cambio constante. Todas ellas independientemente del campo en que se encuentren, ya sea rural o urbano o del sector al que pertenezca, público o privado, están en estrecha relación con su entorno. También en él están sus clientes, la competencia, las grandes oportunidades, retos y las amenazas o riesgos. Las empresas se encuentran en un proceso de cambio permanente, aspiran a ser sostenibles con el tiempo, poco a poco, estas toman conciencia de que en el entorno acontecen hechos importantes que las condicionan a modernizar sus estructuras, procesos, sistemas y a tener un clima organizacional adecuado, para dar respuesta a demandas del mercado. Estas se originan por clientes cada vez más exigentes; que a su vez están influidos por la diversidad de productos de diferentes precios y calidades, lo que les amplía el panorama de la oferta y la demanda, llamado “descongelamiento”, que es el inicio del proceso del cambio.

Cuando la empresa llega a la madurez organizacional ya está marcada y guiada por modalidades fijas de comportamiento, estructuras y reglas. Regularmente ya tienen un enfoque particular de su función organizacional que está firmemente incorporado o institucionalizado, pero si bien, esta parece ser una época estable en el ciclo de vida de la organización, siempre hay ciertos escollos. Si la organización se vuelve sumamente burocrática y rígida, corre el riesgo de reducir su capacidad de responder a las necesidades cambiantes de sus interesados directos y esto puede llevar a su ruina o a la destrucción, tanto por parte de los de que están dentro como fuera de la organización de que no se puede cumplir con su potencial, por otra parte, en la etapa de madurez, las organizaciones más flexibles con frecuencia se reorganizan y se recrean. Algunas organizaciones se reinventan constantemente y se mantienen en esta etapa durante un largo período de tiempo. Por lo general esta madurez se basa en la toma de decisiones en grupos que puede llegar a funcionar, siempre y cuando se creen planes funcionales que incluyan flexibilidad, la misma madurez organizacional y una buena capacidad de ambigüedad.

El objetivo del presente trabajo es averiguar si los factores que influyen en la Toma de Decisiones en las PyMES en la unidad de investigación es: la Creatividad, El entorno de cambio y la madurez organizacional.

El resto de éste paper está organizado de la siguiente manera. En la Sección 2 se presentan los resultados de trabajos previos, trabajos futuros que se pueden obtener, teorías, enfoques y marcos conceptuales. La Sección 3

pone de manifiesto las técnicas y métodos utilizados para el desarrollo del trabajo y la selección de las variables, además se describe en detalle la justificación, los objetivos y la instrumentación de la investigación. En la Sección 4 se presentan los hallazgos obtenidos de la investigación y la forma en que se interpretó la experimentación y sus resultados. En la Sección 5 se presenta una discusión de los resultados obtenidos, haciendo un análisis de porcentaje y se hace una propuesta previa. En la Sección 6 se plantean las conclusiones o ideas finales del trabajo, posibles investigaciones futuras y las recomendaciones hechas a la unidad de investigación.

Teoría del dominio y trabajos previos

Toma de decisiones

La toma de decisiones es una herramienta de la dirección que consiste en la implementación de un esquema que viene a ser el resultado de las presiones estructurales en las que el máximo resultado depende de la racionalidad del (los) individuo (s) que toma(n) las decisiones. En este caso se considera que existen otros factores no estructurales que intervienen en el proceso decisorio y que si bien están relacionados con una actividad económica, también cuentan con elementos que tienen que ver con la mentalidad del empresario para evaluar y tomar decisiones, pero además de evaluar, discernir e interpretar en perspectiva, comprende el significado intersubjetivo de una situación. Así, se considera que el sentido empresarial también implica el aspecto cultural que conlleva un sistema de significados donde los actores sociales pueden racionalizar diferentes esquemas de acción, que se manifiestan en proyectos y planes, (Hernández Romo, 2003).

Normalmente los empresarios se encuentran con más de una alternativa para alcanzar la meta prevista. Las alternativas pueden llegar de diferentes sitios y deben considerar cada alternativa, independientemente de su fuente de origen, como un posible medio que ayude a alcanzar los objetivos. En la predicción de los resultados se consideran los cambios en la organización que es posible que se produzcan como consecuencia de las acciones que se van a llevar a cabo. Una vez establecidos los diferentes objetivos se está en condiciones de actuar para poder intentar alcanzarlos. La toma de decisiones empresariales suele desarrollarse en condiciones de certeza, de riesgo o de incertidumbre, (Maqueda, 1992).



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Importancia de la Toma de Decisiones

Según Robbins y Coulter (2005) mencionan que en todos los niveles y áreas de la organización los individuos toman decisiones, es decir eligen entre dos o más alternativas. Todos los integrantes de una organización toman decisiones que afectan sus puestos y la organización en la que trabajan. Aunque la toma de decisiones se considera habitualmente una “elección entre alternativas”, la idea es demasiado simplista, porque la toma de decisiones es un proceso completo, no sólo el acto de escoger entre opciones.

El proceso de toma de decisiones comienza con la existencia de un problema o, más específicamente, de una discrepancia entre la situación actual y la situación deseada. Una discrepancia sin la presión para actuar es un problema que puede posponerse. Robbins y Coulter (2005) aseguran que para iniciar el proceso de toma de decisiones, el problema debe acuciar al gerente para que actúe. La presión puede venir, por ejemplo, de políticas de la organización, plazos, crisis económicas, actos de la competencia, quejas de los clientes, expectativas del jefe o una evaluación inminente del desempeño. Cuando un directivo detecta un problema, tiene que identificar los criterios de decisión importantes para resolverlo. Es decir, como mencionan Robbins y Coulter (2005) los gerentes tienen que determinar qué es pertinente para tomar una decisión. Sean explícitos o tácitos, los gerentes tienen criterios para guiar sus decisiones

Elección de Alternativas

Está claro que las empresas que triunfan hoy en día, son las que conocen a fondo sus problemas y no se quedan en el pasado, sino proyectan hacia el futuro la solución de sus necesidades detectadas para generar alternativas y poder dar soluciones originales, distintas a las iniciadas probablemente por sus competidores. La creatividad también juega un papel importante dentro de la toma de decisiones, las personas que se encargan de las decisiones deben destacarse por tener una mente crítica para generar alternativas las cuales deben de ser analizadas y evaluadas dentro de los métodos establecidos. Estas decisiones afectarán varios aspectos en un futuro y que tales alternativas afectaran a la organización de manera positiva o negativa.

En la mayoría de las organizaciones, las situaciones de conflicto suelen ser mucho más pragmáticas y los problemas se acostumbra a no estar tan claros, tal como lo menciona Udaondo (1992) el hecho es que muchas empresas se hunden porque: Les ha faltado la visión de sus problemas o de su futuro, no han sido capaces de entenderlos y no han sabido aplicar la solución adecuada para remediarlos.

Las organizaciones con éxito detectan sus necesidades y obtienen soluciones originales, distintas a las iniciadas por sus competidores. Estas empresas, normalmente dirigidas por un líder innovador, poseen la visión de cuál debería ser su situación en el futuro y tienen el valor de dar los pasos necesarios para llegar a ella. Así se parte de la base de que un problema es simplemente el lazo que une una situación real con una situación esperada o deseada. Ante un planteamiento de este tipo puede haber dos tipos de enfoque:

- Negativo: anular una situación indeseada
- Positivo: alcanzar algo bueno que deseamos.

Quién de un modo esquemático, propone que desde su punto de vista la secuencia análoga para resolverlo debería ser: (Udaondo, 1992).

- Plantear el problema
- Redefinirlo
- Analizarlo
- Generar ideas para resolverlo
- Evaluar las soluciones propuestas
- Seleccionar la solución
- Implantarla

Estas claves, hacen que las empresas tomen decisiones que les permite desarrollarse y luchar por sobrevivir en un mundo globalizado. Además, existen 3 estructuras que son necesarias para la elección y toma de decisiones adecuadas que ayudan a minimizar riesgos:

Creatividad

Muchos empresarios todavía no consideran importante la creatividad ni la ven todavía como una vía apropiada para resolver los problemas de sus organizaciones. No sólo eso,



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

en muchos ambientes empresariales, la creatividad está mal vista, Udaondo (1992) dice que si bien las razones que producen este rechazo pueden ser diversas, normalmente se deben a que nuestro sistema educativo, basado en el desarrollo de la parte izquierda del cerebro, que ampara la lógica y el razonamiento numérico, resta fe a las soluciones provenientes de la aplicación de su hemisferio derecho, más artística y creativa.

Las cosas empiezan a existir cuando se inventan. Mientras tanto, los sistemas establecidos tienen tendencia a persistir y a permanecer inalterables. Existe un “impulsor oculto” que hace que algunos descubran lo extraordinario en algo que para todos los demás resulta trivial o cotidiano, (Udaondo, 1992). La creatividad, tanto en un empresario como en su organización, es imprescindible para la multitud de actividades ligadas al éxito al que constantemente nos estamos refiriendo. Ya se ha mencionado que esta cualidad propicia la disposición en la empresa del elemento diferenciador que ha de facilitar la consecución de dicho éxito. Para esto hará falta disponer de individuos no hostiles a la creatividad, dotados de una mentalidad ágil y abierta. Su actuación en la empresa y la relevancia que estas personas puedan adquirir en ella, vendrán propiciadas por la existencia de un estilo gerencial valiente e innovador, que no sólo no desprecie ese tipo de actuación, sino que fomente el flujo de ideas creativas en el seno de su organización y las recoja para seleccionar y aplicar las más interesantes, reconociendo el mérito de sus creadores, (Udaondo, 1992).

El porqué de la necesidad de ser una empresa creativa, según Fernández (2005) nos dice que toda empresa debe aumentar la aceptación de la innovación, para ello hay que eliminar la resistencia de la organización al cambio. En las empresas siempre hay una organización formal y otra informal, entre las que existen tensiones. Para reducir la resistencia al cambio hay que incorporar a su planificación a los rebeldes. Es necesario también que la organización premie a los individuos creativos, incluso si fracasan, los empleados son a veces creativos, pero hay que estimular a todos a que lo sean, alentando los estilos creativos en la organización. Hoy casi todo el mundo está de acuerdo en que la creatividad y la innovación pueden enseñarse, aunque el camino no es nada fácil, pero tal vez lo más importante para el fomento de la innovación sea pasar de una estructura de corte burocrático y jerarquizada a una estructura sin barreras, donde la comunicación y los contactos sean fluidos, creando un clima motivador para todos los empleados.

Gil y Giner (2007) por su lado mencionan, que la mayoría de las personas no saben cómo emplear la creatividad para la solución de problemas, las personas que toman

decisiones en las más diversas organizaciones también lo hacen y con ello se intenta reducir al máximo el riesgo y la incertidumbre (la ambigüedad) en la toma de decisiones. Hoy la innovación es cada vez más importante, los cambios se suceden, algunos mercados e incluso los procesos de producción están cambiando, de aquí que la innovación sea importante. La innovación no es un lujo sino una necesidad, máxime cuando la innovación viene forzada por cambios tecnológicos mutables que alteran la forma tradicional de realizar el trabajo y abren nuevas posibilidades a otros modos de realización de las tareas. Una situación creativa se da en un ambiente creativo, permisivo e incluso extravagante. Son personas con una alta motivación personal y un ambiente con un mínimo de obstáculos, la capacidad creativa y de coordinación serán cada vez más importantes en las empresas. En la figura 1 podemos observar estos conceptos de la creatividad. Un mando creativo y con capacidad para coordinar será un motor “interno-positivo” continuo. Un mando imaginativo, pero sin capacidad para coordinar, podrá llevar a la empresa al caos y a generar apatía, (Gil y Giner, 2007).

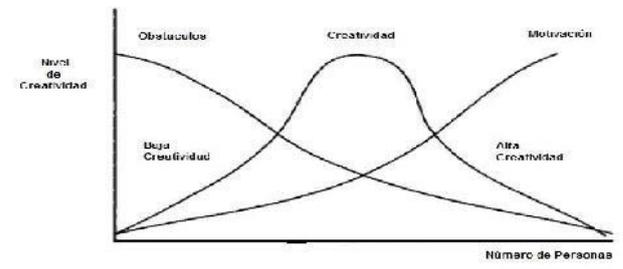


Figura 1. Distribución de la creatividad (Gil y Giner, 2007)

La creatividad, como puede observarse en la figura 1, se distribuye según una curva normal en la que la mayoría de personas se situarían en torno a la media. El extremo de personas creativas estaría formada por aquellas con menos obstáculos y más motivadas, facilitada por la situación de trabajo, por la propia personalidad o por ambas. En el extremo contrario estaría condicionado por obstáculos más profundos y por poca motivación. La estrategia estaría en motivar a estos últimos

Entorno de cambio

Las organizaciones se encuentran en un proceso de cambio permanente, aspiran a ser sostenibles en el tiempo, poco a poco, estas toman conciencia de que en el entorno acontecen hechos importantes que las condicionan a modernizar sus estructuras, procesos y sistemas y a tener un clima organizacional adecuado, para dar respuesta a



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

demandas del mercado. Estas demandas se originan en clientes cada vez más exigentes; que a su vez están influidos por la diversidad de productos de diferentes precios y calidades, ofrecidos en el mercado lo que les amplía el panorama de oferta. “el descongelamiento”, es el inicio del proceso del cambio. Actualmente, la tendencia generalizada es la de un ámbito globalizado que abarca en forma integral aspectos de la vida social, política, económica y tecnológica. Se habla y se piensa ya no solo de nuestro país o en países cercanos, sino de una “aldea planetaria”, sin aranceles o barreras para el comercio entre todos los países. Esto nos abre nuevos retos y oportunidades, pero también amenazas, al tener que competir nuestros productos con un mayor número de productos sustitutos, hechos en diferentes latitudes, lo que definitivamente abre brechas importantes, sin embargo, en mercados no cubiertos hasta entonces, se podrían identificar nuevas necesidades para ser satisfechas por los productos y servicios por parte de la organización que realmente tengan ventajas competitivas, frente a los de la competencia: innovación tecnológica, productividad, bajos precios, innovación de procesos, satisfacción de las necesidades y expectativas de los usuarios o clientes, costos relativamente bajos, talento humano comprometido y competente, (Delgado, 1996).

En el caso particular de las organizaciones, dadas las nuevas reglas del juego en el ámbito mundial, según Román (2005), los modelos tradicionales de administración y gerencia, diseñados para manejar la complejidad, no son ya una respuesta para producir el cambio. Es necesario avanzar más allá de las organizaciones burocratizadas, rígidas y dependientes, para contar con organizaciones, eficientes, productivas, flexibles y autónomas, conscientes de que lo que realmente existen son las personas. Hoy las empresas en transformación saben que los seres humanos asociados con otros debidamente organizados y con los recursos adecuados son capaces de convertir en realidad las metas compartidas y ambiciosas, entienden también que objetivos y circunstancias diferentes requieren organizaciones diferentes y apropiadas para ellos. Por tanto la organización debe de tener la flexibilidad para adaptarse a los cambios permanentes del entorno. El cambio es un medio ineludible de supervivencia y por tanto corresponde a la organización gestar su propio cambio, (Román, 2005).

Por otra parte, siempre que se habla de cambios se refiere al crecimiento de una empresa o a la adaptación constante al entorno ya sea de los mercados o de la demanda de los clientes. Este cambio progresivo tiene un alcance limitado y reversible, si tal cambio no funciona siempre se puede regresar a la antigua forma, pues no trastorna ni los

patrones pasados, ni las bases de las estructuras y procesos dentro de las organizaciones, porque es una extensión del pasado, lo interesante de esto es que durante el cambio progresivo sentimos que tenemos el control sobre la marcha (Zimmermann, 1998). Exploramos un proceso de cambio mucho más difícil, el del cambio organizacional a fondo. Éste difiere del cambio progresivo en que requiere formas nuevas de pensar y de comportarse. El impacto de tal cambio organizacional distorsiona los patrones de acción actuales e implica correr riesgos, significa ceder el control. Por consiguiente es natural para cada uno al principio negar que haya necesidad de un cambio a fondo. El cambio organizacional hace necesaria la búsqueda constante de un equilibrio entre planificación y seguimiento del proceso de cambio. En el ámbito organizacional, una acción planificada y plena de intenciones, tiene unas consecuencias imprevistas y hasta de sentido opuesto. Es por esto que estas observaciones hablan a favor de una relativización de la planificación: 1) El simple hecho de que no podemos saber todo, por lo que incluso un plan pensado hasta sus últimos detalles siempre será incompleto. 2) La experiencia de que cometemos errores y de que nos equivocamos en nuestros juicios. 3) La observación de que estamos impulsados por intereses y deseos, por una búsqueda de ventaja y de poder. A los límites de cualquier plan para conducir el cambio, podemos dar una mayor atención a los procesos a lo que pasa en el camino, (Zimmermann, 1998).

Madurez Organizacional

Cuando el grupo o la organización, logra afirmarse alrededor de un proyecto (sea este un negocio o cualquier otra iniciativa común de servicio) y experimenta en sus procedimientos el tratamiento de problemas, la toma de decisiones y la responsabilización por su trabajo, está preparándose para convertirse en un tipo de organización madura, (Battú, et al, 2003). Algunos elementos que caracterizan a la organización madura son los siguientes:

- a) El grupo es firme, pues las personas (o familias) integrantes son bastante estables y la vida grupal se desenvuelve alrededor de objetivos claros y compartidos.
- b) Existe uno o varios proyectos de negocio de fuerte interés para este grupo, que le demanda niveles de compromiso y gestión a largo plazo.
- c) Para atender estos proyectos se han desarrollado formas y reglas de ordenamiento y dirección del grupo, que le confieren más estabilidad y eficacia (reglamentaciones y estatutos).
- d) Existe un núcleo dirigente bien constituido y funcional, el cual lidera y ejecuta la gestión de los proyectos del grupo empresario.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Una manera de verificar el grado de fortaleza de la organización y la preparación del grupo humano para actuar en los negocios, consiste en revisar o analizar su situación respecto a un conjunto de reglas de armonía empresarial, las cuales actúan en dos sentidos: por un lado, funcionan como "antídotos" y seguros para saber si se podrá dar respuestas firmes a cualquiera de las amenazas descritas en los puntos anteriores. Por otro, funcionan como indicadores para evaluar el estado de solidez grupal respecto a consolidar la empresa asociativa, marcando el punto de "organización sostenible", lista para desarrollar la empresa y abordar negocios con cierta idoneidad. Algunos principios pueden ser, por ejemplo: (Battú, et al, 2003).

1. La organización ha partido de intereses genuinos y parecidos para encarar determinados proyectos. Sí, los intereses individuales son muy distintos y no se ha visualizado en común lo que el grupo desea ser y hacer, y que intereses individuales pueden verse postergados, no se puede aspirar a trabajar como "organización de negocios" con éxito. También si había miembros o parte del grupo con segundas intenciones, para evitar problemas graves, que con mucha probabilidad podrían anular el emprendimiento futuro.

2. La misión que va a encarar la organización está definida y es bien conocida. Si la organización partió de intereses comunes, es esencial poner en claro las razones fundamentales que impulsan al grupo a determinado emprendimiento o proyecto. Esto debe incluir: a) Lo que sus miembros desean conseguir (propósito y objetivos). b) Lo que le van a ofrecer a la sociedad (misión y medios para conseguirla). También deben estar seguros de que esta misión es conocida y compartida por todos.

3. En organizaciones de miembros con recursos y capacidades productivas dispares o con funciones diferentes, se ha reflexionado esto cuidadosamente. La existencia de diferentes capacidades de producción y administración puede separar a un grupo, dividiéndolo en el subgrupo más eficaz, conocedor y empujador por un lado, y por otro en el sector menos dotado y rezagado productivamente. Otra situación complicada puede darse cuando pretenden actuar juntos en un negocio sectores claramente distintos, que intentan operar en cadena (proveedores de insumos, productores, comerciantes que intermediarán, etc.), Todos estos factores no deben impedir la conformación de la organización o de equipos de trabajo; lo importante es reflexionar desde el inicio y en forma conjunta sobre la situación concreta y el rol que cada quién asumirá en el diseño organizativo.

4. Es condición esencial para la conformación de un "espíritu de cuerpo" del grupo alrededor de su misión de negocio. Es importante que todos conozcan bastante de todos, respecto a sus capacidades y habilidades productivas. De ese modo pueden entender las actitudes, los problemas y el comportamiento de cada asociado frente al negocio. Las herramientas idóneas para ello son el sistema de reuniones, las capacitaciones, entre otros. Definir y practicar un buen sistema de reuniones y encuentros es básico para hacer funcionar el proyecto empresarial o la empresa.

5. Las oportunidades y recursos productivos del grupo se han organizado por medio de una buena planificación asociativa que responde al negocio. Este esfuerzo es imprescindible para preparar y sostener la "oferta negociable", y también para que cada unidad productiva básica pueda crecer, desarrollando eficientemente los productos que acuerde aportar al proceso asociativo. Esta coordinación no significa imponer a cada miembro qué producir, sino reorientar su proceso productivo, planificando en conjunto para satisfacer mejor a los clientes. (Battú, et al, 2003).

En esta parte, De Val Pardo (1997) muestra las configuraciones innovadoras que llevan a una organización a ser madura, la agrupación por ejemplo, la estructura así denominada es definida por Mills (1992), como "grupo de personas que se organizan como si creciese una vid común" y la asimila a una colmena donde la competición y apoyo simultáneo que se requiere dan lugar a que "grupos de distintas disciplinas trabajen juntos sobre unas bases semipermanentes" si se presta la debida atención, puede verse que aquí se delata la combinación de la iniciativa individual con el trabajo en equipo, dados los retos y dificultades que las organizaciones deben afrontar, la agrupación se apunta como forma novedosa que a largo plazo puede facilitar ventaja competitiva a las organizaciones que la adopten, pues, al contar con una plantilla ajustada a las necesidades y reducir los niveles de intermediación, facilita una pronta respuesta a la demanda.

Estudios Previos Sobre la Toma de Decisiones en las PyMES en México

La pequeña y mediana empresa constituye, hoy en día, el centro del sistema económico de nuestro país. El enorme crecimiento de la influencia actual de estas empresas se debe a la masificación de la sociedad, a la necesidad de concentrar grandes capitales y enormes recursos técnicos para el adecuado funcionamiento de la producción y de los servicios, y al alto nivel de perfección logrado ya por muchas normas de dirección. Ellas todo lo investigan,



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

planean y someten a procedimientos y métodos exhaustivos y científicos. Por tanto, las tareas directivas son cada vez más complejas y al mismo tiempo de gran trascendencia social, puesto que sus efectos se transmiten y multiplican en cadena en cualquier actividad. Las PYMES, como organizaciones, desarrollan una cultura, una forma particular de ver, interpretar y adaptarse a su entorno. Por lo tanto desde la perspectiva de la cultura organizacional, las PYMES requieren atender asuntos relacionados, por ejemplo, con la socialización de sus administradores y trabajadores que les permita alcanzar e implementar formas de trabajo productivas y competitivas.

Las PYMES se enfrentan al reto de que sus administradores y trabajadores valoren lo que hará que estas empresas, por su tamaño sobrevivan y salgan airoso de los retos macroeconómicos que las rodean.

No todo son desventajas en las PYME con respecto a las grandes empresas. También se identifican factores positivos. Por ejemplo, en muchas ocasiones están especializadas en determinados nichos en los que las grandes empresas tienen más difícil cabida; gozan de una flexibilidad, de un proceso de toma de decisiones poco burocrático, pueden tener un espíritu emprendedor y un conjunto de empleados motivados, y todo ello convertirse en pilares para el desarrollo de ventajas competitivas y de nuevos productos y servicios. De lo que se trata, pues, de conseguir, midiendo, gestionando o difundiendo el capital intelectual es de aprovechar las ventajas con las que cuentan y minimizar las barreras, (Corona y Molero, 2007).

Los directivos han de tener capacidad para influir en cualquier aspecto o resultado de la empresa y para ello cuentan con unas relaciones de dependencia que se manifiestan a través del “poder”. Este se puede ejercer de dos formas distintas, la influencia o liderazgo, que es la capacidad de influir razonadamente (poder implícito, informal), y la autoridad o poder explícito, por derecho (estructura formal del poder). La utilización de estos dos elementos del poder en un nivel determinado condiciona las características de la gestión participativa de una empresa. Generalmente, cuanto menos se utiliza la autoridad y más el liderazgo, la participación es mayor, mas sin embargo. El proceso de la toma de decisiones está influido por el estilo con que los directivos desarrollan dicho proceso en la empresa.

Estudios Posteriores Sobre la Toma de Decisiones en las PyMES en México

Se puede decir que en las organizaciones, cualquier decisión que se tome lleva un análisis interno (propuesta

del presente trabajo), ligado a un análisis externo que nos indica dónde está ubicada el negocio con respecto a un “entorno específico” y cuyos elementos son:

- Proveedores:** Las empresas están regidas por entradas, necesarias para realizar sus procesos de producción, así como de todos los suministros necesarios para su operación.
- Clientes:** Destinatarios del bien o servicio que presta la empresa.
- Competidores:** Empresas que ofrecen el mismo producto o alguno alternativo y que en determinado momento se convierten en competencia.
- Entidades Financieras:** Prestadoras de créditos financiero a cambio de un interés.
- Administración Pública:** Estado y toda dependencia federal, incluyendo a los servidores públicos.
- Mercado Laboral:** Se refiere a los costos incurridos de mano de obra y cuya clasificación son a) Costos Salariales y b) Cualificación (Especialistas)
- Comunidad:** Población que cuenta con una estructura social determinada donde esta insertada la empresa.

Todos estos elementos afectan de modo especial a cada empresa y marcan las reglas que van a condicionar su posición en relación a su creatividad, su entorno y su madurez, para conservarla o mejorarla. Como se puede observar, aun cuando este análisis es parte integral de la Toma de Decisiones en las PyMES en México, se requiere de un mayor espacio para tratarla, por lo que solo nos abocaremos al análisis interno y dejaremos el estudio de este análisis externo para otra investigación complementaria a la presente.

Metodología

Se estableció la siguiente estrategia de investigación: Un estudio con enfoque cuantitativo no experimental donde no se hace variación intencional de la variable independiente, es decir, se limita a estudiar la situación en su contexto natural y hacer el análisis respectivo (Hernández Sampieri, 1998). También esta investigación tiene un corte transversal descriptivo, ya que analiza la situación presente durante el tiempo empleado para realizar la investigación. Una fase de la investigación, es documental con el propósito de obtener las bases teóricas respecto a las características de las variables e indicadores de estudio; y otra fase de la investigación es de campo, acudiendo a una unidad de



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

análisis para identificar y describir la dimensión de aplicación de los tópicos referenciados (Rivera, et. Al. 2009). Para este fin y como unidad de investigación se ha seleccionado a la empresa Importaciones y Exportaciones Mexicanas, S.C. ubicada en la calle de Aguascalientes s/n, Pantitlán, Cd. México.

Planteamiento del Problema

Las organizaciones no se encuentran aisladas de su entorno por el contrario están en íntima relación y son mutuamente dependientes. Las PYMES operan en un contexto histórico, social, económico y político. Este contexto es muy diferente a las de otras empresas en países desarrollados. Hoy día el gran reto que se le plantea a la empresa moderna es el utilizar los recursos disponibles para conseguir con la máxima efectividad y eficiencia los bienes y servicios que las personas necesitan y desean. Y así poder hacer frente a todas las demandas de los consumidores, lo que requiere de un gran conjunto de habilidades y actividades empresariales de los directivos para tomar decisiones organizacionales, con sus ventajas y desventajas para enfrentar un entorno tan cambiante en el que nos encontramos hoy día.

Justificación

En México las empresas y organizaciones en general están siendo fuertemente afectadas por la modernización, la falta de inversión, la economía de mercado, la globalización y algunos otros factores que están repercutiendo de manera importante a nivel de competencia. Es por esto que las organizaciones deben de generar nuevas alternativas de supervivencia para lograr salir adelante. Además de nuevas innovaciones para satisfacer un mercado cada vez más exigente. Por eso es necesario evitar que fracasen este tipo de organizaciones, pero es indiscutible que las empresas prosperen si no aplican modernas técnicas de administración, lo que importa

realmente en las Pymes es la iniciativa y la capacidad de hacer frente a sus problemas, su éxito dependerá del conocimiento y aplicación de todas las herramientas como la creatividad, el entorno y la madurez, que les permita ser más eficiente y más competitivas a la hora de tomar decisiones.

Objetivo

Averiguar si los factores que influyen en la Toma de Decisiones en las PyMES en la unidad de investigación son: la Creatividad, El entorno de cambio y la madurez organizacional.

Variables e indicadores de investigación

Se propone las siguientes variables con sus respectivos indicadores a fin de evaluar si estos son los factores que influyen en la toma de decisiones en las PyMES en la unidad de investigación

- Creatividad
- Eficacia
- Elección de alternativas
- Entorno de cambio
- Certeza
- Incertidumbre
- Riesgo
- Madurez organizacional
- Alineación productiva
- Estrategia cooperativa

Instrumentación.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

El instrumento de medición que se utilizó en la investigación, presenta una escala de tipo Likert de cinco niveles representados en forma de afirmaciones ante las cuales se pide la reacción de los sujetos, los valores de esta escala están del 1 al 5, considerando el 1 como la ausencia de la variable y el 5 el total de la misma. La forma de aplicar el instrumento es por cuestionario, de manera auto administrativa y cuyas afirmaciones califican las percepciones frente a las variables y sus indicadores. Una vez que se tiene elaborado y aplicado el instrumento, se realiza un estudio a fin de medir el grado de confiabilidad, validez y correlación entre las variables, utilizando el paquete IBM SPSS Statistics 20.0 y tabulando los cuestionarios con el programa MS Office Excel 2010 donde se procede a realizar una “hoja de cálculo maestra” que contiene sólo las respuestas de los cuestionarios, con el fin de comprobar que cada uno de los reactivos hayan sido contestados en su totalidad. También se han preparado para los instrumentos 80 reactivos separados en bloques por cada una de las variables y sus respectivos indicadores a fin de facilitar el estudio de la presente investigación de acuerdo a la siguiente tabla 1:

| INDICADOR | # PREGUNTA | VARIABLE |
|--------------------------|------------|------------------------|
| Eficacia | 1-10 | Creatividad |
| Elección de alternativas | 11-22 | Creatividad |
| Certeza | 23-34 | Entorno de cambio |
| Incertidumbre | 35-45 | Entorno de cambio |
| Riesgo | 46-56 | Entorno de cambio |
| Alineación productiva | 57-66 | Madurez organizacional |
| Estrategia cooperativa | 67-80 | Madurez organizacional |

Tabla 1 Distribución de los indicadores en el instrumento de investigación

Resultados

Selección de la Muestra

Se realizó el cálculo pertinente con la fórmula 1 estadística que se presenta a continuación, según procedimiento de (Namakforoosh, 2010): Comenzando con el total de la población de empleados N=41 y con el fin de cubrir el 95% de confianza en la muestra, se han dado valores por defecto a Z=1.96, a σ=0.5 y e=0.05, los cuales se sustituyen en la fórmula de la muestra.

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{e^2(N-1) + \sigma^2Z^2}$$

Fórmula 1. Cálculo de Muestra

Dónde: n=Tamaño de la muestra requerida; N=Tamaño de la población; σ=Desviación estándar, margen de error, cuando no se tiene el valor de la constante es 0.5; Z=Nivel de confianza, cuando no se tiene el valor constante para el 95% es 1.96 y para el 99% es de 2.58; e=Límite aceptable de error muestral, cuando no se tiene el valor constante varía entre el 1%(0.01) y 9%(0.09), con los valores sustituidos en la siguiente fórmula 2.

$$n = \frac{(41)(0.5)^2(1.96)^2}{(0.05)^2(41-1) + (0.5)^2(1.96)^2} = 37$$

Fórmula 2. Sustitución de valores

Por lo tanto, la muestra se calculó para 37 cuestionarios que se aplicaron en todos los niveles jerárquicos con el fin de obtener resultados válidos y confiables, pero sobre todo representativos de la unidad de estudio seleccionada. A continuación se presenta la tabla 2 con los resultados obtenidos de validación del instrumento de medición con IBM SPSS Statistics 20.0:

| INDICADOR | ALFA DE CRONBACH | PREGUNTAS | No. ELEMENTOS |
|--------------------------|------------------|-----------|---------------|
| Eficacia | .920 | 1-10 | 10 |
| Elección de alternativas | .939 | 11-22 | 12 |



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

| | | | |
|------------------------|------|-------|----|
| Certeza | .945 | 23-34 | 12 |
| Incertidumbre | .944 | 35-45 | 11 |
| Riesgo | .960 | 46-56 | 11 |
| Alineación productiva | .904 | 57-66 | 10 |
| Estrategia cooperativa | .957 | 67-80 | 14 |

Tabla 2 Alfa de Cronbach

Como criterio general, George y Mallery (2003, p. 231) menciona que cuando el alfa es mayor de .7 y menor de .8 el instrumento es aceptable; cuando es mayor de .8 y menor de .9 el instrumento es bueno y cuando es mayor de .9 es excelente. En este caso la medida de fiabilidad nos demuestra que la consistencia interna de las preguntas entre los grupos del instrumento, están altamente correlacionadas entre sí. Lo que da mayor confianza en que el instrumento aplicado es correcto.

En la siguiente tabla 3 se presenta la Esfericidad de Bartlett y el KMO correspondiente a cada indicador.

| INDICADOR | KMO | ESFERICIDAD de BARTLETT | No. ELEMENTOS |
|--------------------------|------|-------------------------|---------------|
| Eficacia | .695 | 109.118 | 10 |
| Elección de alternativas | .481 | 83.896 | 12 |
| Certeza | .596 | 127.585 | 12 |
| Incertidumbre | .483 | 143.807 | 11 |
| Riesgo | .652 | 135.846 | 11 |
| Alineación productiva | .581 | 105.567 | 10 |
| Estrategia cooperativa | .438 | 194.918 | 14 |

Tabla 3 KMO y Prueba de Bartlett

KMO permite comparar la magnitud de los coeficientes de correlación parciales entre los grupos de indicadores de las variables y determina que si los valores varían entre 0 y 1 significa que el análisis factorial puede no ser buena idea

y si son menores de .5 definitivamente no se debe de usar el análisis factorial. Por otro lado la prueba de Bartlett teniendo valores altos contrasta con las correlaciones significativas entre los indicadores por lo que el modelo factorial no sería pertinente.

En el coeficiente de correlación interclase como se muestra en la siguiente tabla 4 nos muestra la coherencia entre las medidas obtenidas.

Intervalo de confianza 95%

Prueba F con valor verdadero 0

| | Correlación | Lim. inf. | Lim. sup. | Valor | gl | GI2 | Sig. |
|----------------------|-------------------------|-----------|-----------|--------|----|------|------|
| | interclase ^b | | | | | | |
| Medidas individuales | .265 ^a | .164 | .454 | 29.914 | 17 | 1343 | .000 |
| Medidas promedio | .967 ^c | .940 | .985 | 29.914 | 17 | 1343 | .000 |

Tabla 4 Coeficiente de correlación interclase

Modelo de efecto mixto de dos factores en el que el efecto de la persona es aleatorio y el efecto de la medida es fijo.

A El estimador es el mismo, ya esté presente o no el efecto de interacción.

B Coeficiente de correlación interclase de tipo C utilizando una definición de coherencia, la varianza intermedidas se excluye de varianza del denominador.

C Esta estimación se calcula asumiendo que no está presente el efecto de interacción, ya que de otra manera no es estimable.

De acuerdo con la escala propuesta por Landis y Koch (1977) con respecto al coeficiente de correlación, los valores mayores a 0.81 son casi perfectos, por lo que se puede determinar que el grado de concordancia entre las respuestas del instrumento aplicado es congruente a lo esperado.

Una vez validado cuantitativamente el instrumento de medición y teniendo la confianza de que el instrumento



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

aplicado es correcto se presenta la tabla 5 Concordancia de respuestas del instrumento para el análisis de resultados.

| INDICADOR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | % TOTAL | MAYOR % RESPUESTA |
|--------------------------|-----|------|------|------|------|---------|-------------------|
| Eficacia | 4 % | 14 % | 32 % | 34 % | 16 % | 100 | 66% |
| Elección de alternativas | 1 % | 9 % | 36 % | 40 % | 14 % | 100 | 76% |
| Certeza | 1 % | 12 % | 29 % | 45 % | 13 % | 100 | 74% |
| Incertidumbre | 1 % | 15 % | 38 % | 37 % | 9 % | 100 | 75% |
| Riesgo | 2 % | 8 % | 35 % | 32 % | 23 % | 100 | 67% |
| Alineación productiva | 2 % | 13 % | 31 % | 43 % | 11 % | 100 | 74% |
| Estrategia cooperativa | 1 % | 11 % | 42 % | 40 % | 6 % | 100 | 82% |

Tabla 5 Concordancia de respuestas del instrumento de medición

Discusión

De acuerdo a la información arrojada por los cuestionarios aplicados en la empresa Importaciones y Exportaciones Mexicanas, S.C. con respecto a la toma de decisiones, se aprecian niveles de confianza en cuanto a la eficiencia con un 66% en un nivel medio-alto, 76% en la elección de alternativas con un nivel de medio-alto, certeza en un 74% con un nivel medio-alto, 75% en incertidumbre con un nivel medio-alto, 67% de riesgo con un nivel medio-alto, la alineación productiva con un 74% se coloca con un nivel medio-alto y 82% de estrategia cooperativa con un nivel alto; dando con ello posibilidades de mejorar en su toma de decisiones, sin embargo la eficacia no es la más adecuada, pero se compensa con la alineación productiva y la estrategia cooperativa permitiendo las buenas decisiones. La estructura de la empresa en cuanto a la toma

de decisiones es buena, pero siempre es mejor estar innovando en el servicio y adaptándose a los cambios que pudieran surgir. El estudio realizado dentro de Importaciones y Exportaciones Mexicanas muestra que la combinación de su “Creatividad”, su “Entorno de cambio” y su “Madurez organizacional” determinan su capacidad para tomar decisiones adecuadas, sin embargo, su “Eficacia” y sus actividades de “riesgo” los están restringiendo a la hora de tomar decisiones.

Conclusiones y trabajos futuros

Como conclusión podemos confirmar que se cumplió con el objetivo y que efectivamente los factores que influyen en la toma de decisiones en las PyMES en la unidad de investigación son: la Creatividad, El entorno de cambio y la madurez organizacional, a continuación se enumeran las conclusiones:

- 1.- Se cumple que la creatividad está dada en función de la eficacia y la selección de alternativas a la hora de tomar decisiones y quedar evidencia de ello con un porcentaje promedio del 71%, colocándola en un nivel alto-medio, pero ocasionando restricciones, pues hay carencia de eficacia y falta de aplicación de estrategias que no permiten avanzar a la hora de tomar decisiones.
- 2.- Se cumple que la certeza, la incertidumbre y el riesgo son elementos que determinan el entorno de cambio al quedar evidencia de ello con un porcentaje promedio del 72%, colocándola en un nivel medio-alto y estimulando a que se tenga la disponibilidad de permitir la adecuada toma de decisiones, pero provocando restricciones ya que carece de elementos de riesgo a la hora de tomar decisiones.
- 3.- Se cumple que la alineación productiva y estrategia cooperativa son condiciones que permiten establecer la madurez organizacional al quedar evidencia de ello con un porcentaje promedio del 78%, permaneciendo en un nivel medio-alto, siendo sus elementos más fuertes a la hora de tomar decisiones.

Recomendaciones

En la empresa Importaciones y Exportaciones Mexicanas, S.C. se observa que la empresa se encuentra en un nivel medio-alto, lo que significa que está en un promedio del 73% de profundidad, esto quiere decir que se está actualizando en forma constante, con posibilidades de mejorar y de tomar decisiones acertadamente. Para alcanzar este nivel se requiere que se explote y desarrolle el potencial organizacional, es decir, el aspecto donde la identidad empresarial, el compromiso y la aplicación de sus conocimientos en las tareas que realizan permitan que se



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

contrarresten las deficiencias e influencias externas e internas y que se reafirme y acreciente el nivel de “eficacia” en las actividades de “creatividad” y que la empresa esté dispuesta a “arriesgar” constantemente a la hora de tomar decisiones. Todo esto sugiere un esfuerzo global en la empresa para poder lograr que se incremente en la organización el hábito de tomar buenas decisiones en su desarrollo y que se propicie una mejor adaptación a las situaciones cambiantes del entorno.

Referencias bibliográficas

- Battú Enzo, Casas Roberto, Zarza Luís, Ruiz Díaz Gustavo, Díaz Fernando, Mendoza Javier (2003) “Publicaciones IICA, la organización de la empresa asociativa” Editorial: IICA, ISBN: 92-9039-585-0 pp.45, 46, Venezuela.
- Corona Treviño, Leonel. y Molero Zayas, José (2007). Las MIPYMES en Latinoamérica: estudios e investigaciones en la Organización Latinoamericana de administración. México; Universidad de Guanajuato. pp. 320
- De Val Pardo Isabel (1997) “Organizar acción y efecto” Editorial: Esic, ISBN: 84-7356-159-7, pp. 179-181 y 300, 3001. Madrid.
- Delgado Negrini Silvia (1996) “Pautas para el desarrollo de procesos de fortalecimiento organizacional hacia el siglo XXI” Editorial: IICA: CECAP, pp. 3-5, San José Costa Rica.
- Fernández Romero Andrés (2005) “Creatividad e innovación en empresas y organizaciones” editorial Díaz de Santos, S.A. 1ª. Edición ISBN: 84-7978-724-4, pp. 5, 191-193, Madrid, España.
- George, D. y Mallery, P. (2003). SPSS for Windows step by step: A Simple Guide and Reference. 11.0 Update (4.ª ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Gil Estallo Ma. De los Ángeles, Giner de la Fuente Fernando (2007) “Cómo crear y hacer una empresa” 7ª Edición, Editorial: Esic, ISBN: 978-84-7356-495-3, pp. 69, 71, y 91, España.
- Hernández Romo, Marcela. A. (2003) “Subjetividad y Cultura en la Toma de Decisiones Empresariales: Tres estudios de casos en Aguascalientes” editorial Plaza y Valdez, 1ª. Edición, ISBN: 970-722-151-8 pp.161-179, México.
- Hernández Sampieri, Roberto. (1998), Metodología de la investigación. Ed. McGrawHill, 4ª. Edición, ISBN: 978-970-10-5753-7, México
- Landis JR, Koch GG. The measurement of observer agreement for categorical data. Biometrics 1977 Mar;33:159-74.
- Maqueda LaFuente, F.J. (1992) “Dirección Estratégica y Planificación Financiera de la PyMES” editorial Díaz de los Santos, S.A.1ª. Edición, ISBN: 84-7978-022-3 pp. 25, Madrid, España.
- Mills, D. Quinn (1992) “Hacia una Nueva Corporación” editorial Díaz de los Santos, S.A. 1ª. Edición, ISBN: 9788479780241, Madrid, España.
- Namakforoosh M. (2010) “Metodología de la Investigación” editorial Limusa, México
- Corona Treviño, Leonel & Molero Zayas, José (2008) “Los Retos de la Innovación en México y España”, editorial AKAL, 1ª. Edición. ISBN: 978-84-460-2827-7, México
- Rivera, M. et al. (2009) “Competencias para la Investigación. Desarrollo de habilidades y conceptos”, editorial Trillas, Universidad Simón Bolívar, pp. 25
- Robbins, Stephen P. & Coulter, Mary (2005) “Administración” editorial Pearson/Prentice Hall, 8a. edición, ISBN: 970-260555-5 pp.136-155, México.
- Román J.D. (2005) “El puente de papel, negocios, empresa y economía” 1ra. Edición: Libros en red, ISBN: 1597540994, pp. 24,14. España.
- Udaondo Duran Miguel (1992) “Gestión de Calidad” Editorial Díaz de Santos, 1ª. Edición, ISBN: 84-7978-013-4, pp. 207-209 y 216, 218. Madrid. España
- Zimmermann Arthur (1998) “Gestión de cambio organizacional” 1ra. Edición, editorial: Abya-Yala, ISBN: 9978-04-404-3, pp. 17,18, 26. Quito-Ecuador.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Diseño experimental del software para emprendedores

Área temática: El emprendedor y su prospectiva empresarial.

Laura Cecilia Méndez Guevara¹, Erika Guadalupe López Cortes², Miguel Angel Noguez Rivero³

¹Universidad Autónoma del Estado de México

^{2,3}CU UAEM Valle de Teotihuacán
Cerrada Nezahualcóyotl S/N 55955

¹lceci_1@yahoo.com.mx, ²akireerika@hotmail.es, ³angel_noguez@outlook.es



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Diseño experimental del software para emprendedores

Resumen: En el presente documento se describen los resultados derivados del uso o prototipado del diseño experimental con un grupo de emprendedores. La muestra que se determinó es no probabilística considerando el propósito e intereses del cuerpo de investigación.

Abstract: In the present document is described the results derived from the use or prototyping of the design experimental with a group of entrepreneurs. The sample which I determine is not probabilistic considering the purpose and interests of the body of research.

Palabras claves: Software, Modelo Canvas, Diseño Experimental, Empresas.

Introducción

Para desarrollar una pequeña empresa es necesario tener en mente las ideas que harán innovadora una propuesta dentro del mercado, para ello es necesario tener un plan de negocio que permita al empresario tener dichas propuestas mejor organizadas.

El modelo de negocios Canvas permite de manera sencilla organizar estos aspectos respondiendo a las cuatro preguntas principales que son: ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cómo?, ¿Cuánto?.

El desarrollo de este modelo de manera tradicional resulta breve con múltiples dificultades, para ello el desarrollo de este software permite de manera práctica la edición de este lienzo, facilitando al usuario la modificación de manera rápida y concisa a diferencia del método tradicional puede verse reflejado de diferentes maneras como documentos, tablas o imágenes.

Teoría del dominio y trabajos previos

Se revisaron anteriormente herramientas digitales que permiten realizar los planes de negocios para empresas de gran magnitud, de las aplicaciones el gran inconveniente que se ha encontrado es que no son totalmente gratuitos, es decir, en aplicaciones web se paga por descarga. En el caso de la versión web tiene que usarse en línea y descargarse. Tal es el caso de [Business Model Fiddle](#) para web y [Business Model Canvas](#) creado por DelXMobile. (Alfred, 2012)

Modelo de Negocios Canvas

Para realizar un Modelo de Negocio, puede utilizarse [The Business Model Canvas](#), creado por Alex Osterwalder. Se trata de un esquema muy sencillo que permitirá ver en un solo lienzo los 9 apartados que componen el modelo.

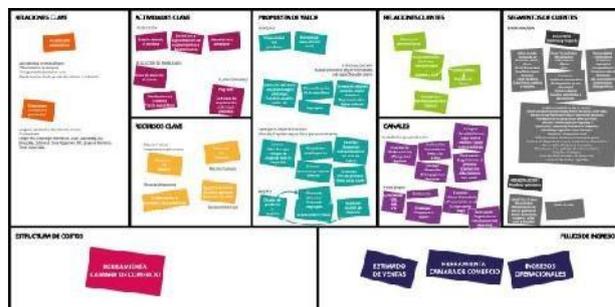


Figura 1: Ejemplo de lienzo, modelo Canvas. Fuente: <https://anexoslaboratoriadelatusa.files.wordpress.com/2012/10/modelo-de-negocio.jpg>

A continuación, se realiza una breve descripción de cada uno de los apartados presentados en la Figura 1.

1) Segmentos de clientes

Se analiza en este punto el grupo de clientes que se alcanzarán, además de reflexionar sobre aquellas necesidades que se puedan cubrir.

2) Propuesta de valor

La propuesta de valor es aquello que esperas hacer mejor o de manera diferente que tu competencia, cabe mencionar que una empresa puede contener una o varias propuestas de valor.

3) Relaciones con los clientes



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Se identifica la forma más agresiva y creativa para establecer relaciones a largo plazo. Respondiendo a las siguientes preguntas; ¿Cómo integrarás las relaciones con tus clientes para que funcionen de forma armoniosa con tu Modelo de Negocio? ¿Les hablarás de tú o de usted? ¿Qué buscan y esperan de ti?

4) Canales de distribución

En este apartado se encuentran los canales de distribución que funcionarán mejor para el producto y para hacer eficientes sus costos. También incluye la estrategia de comunicación que se llevara a cabo para promocionar el producto, ¿cómo vas a darte a conocer a nuevos clientes?

5) Fuentes de ingreso

Se evalúa **que cantidad de dinero estará dispuesto a pagar el cliente por la compra del producto.**

6) Actividades clave

Se definen las **actividades clave internas que van a permitir entregar la propuesta de valor a los clientes:** procesos de producción, publicidad y *marketing* entre otros.

7) Recursos clave

Se refiere tanto a recursos físicos, como intelectuales, financieros y humanos, que no pueden faltar para que el producto sea un éxito en el mercado.

8) Socios clave

Este punto es una pieza fundamental para hacer *networking*, ya que cuantos más contactos de calidad se tengan dentro del propio mercado, mejores resultados se podrán conseguir.

9) Estructura de los costes

Este es el último punto, aquí se podrá definir la estratégica que deberá seguir el Modelo de Negocios realizado para mantener la estructura de costes, calculando los gastos de inversión y la rentabilidad de la propuesta, y tratando de aprovechar al máximo los beneficios.

Metodología

Se realizó el análisis de los contenidos a través de una serie de técnicas básicas de recopilación de información como entrevista, cuestionario, observación e inspección de la información siendo esta última la elegida ya que ha sido de

mayor acceso y facilidad como Servicios Bancarios para Pequeñas Empresas Manual de Planificación de Negocios Diseñe su plan de negocios sin dolores de cabeza (CapitalBank One, s.f.); Herramientas para elaborar el modelo de negocio (Cataluya & Unio Europea, 2012) y Generación de Modelos de Negocios (Pigneur & Osterwalder, 2009) para recabar información sobre el modelo de negocios Canvas.

Además la metodología de Desarrollo de Software a utilizar es el Ciclo de Vida de Desarrollo de Sistemas (CVDS) o LCDS (*Life Cycle Development System*); el cual se ha elegido debido a la necesidad de obtener de forma rápida y precisa los productos de la ingeniería de *software*, esta metodología es sencilla y clara para lograr este propósito. Las etapas del CVDS son: análisis, diseño, desarrollo e implementación.

Resultados

Apartado de Presentación

Para la programación del *software* SSCanvas, se desarrollaron, pequeños formularios, los cuales mediante la creación de objetos entre las clases o formularios permiten la visualización y navegación dentro del mismo.

Como primera ventana se muestra la presentación del software, el cual contiene el nombre del programa, así como datos adicionales al mismo, Para mostrar esta pantalla en el programa netbeans, se creó un proyecto que lleva por nombre SSCanvas, en el cual contendrá los distintos JFrame o formularios gráficos utilizados. El uso de colores es importante de tal forma que permita mayor atracción y una mejor adaptación del usuario a la interfaz que se diseñe (Bowman, 2015).



Figura 2: Presentación.

Fuente: propia.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

En la Figura 2 se muestra en la página de presentación únicamente los elementos:

- **Descripción:** dar a conocer los distintos campos del modelo Canvas, así como una breve reseña.
- **Créditos:** mostrarle al usuario quienes diseñaron el programa.
- **Salir:** permite al usuario abandonar el programa.

Apartado de Descripción

Al seleccionar el botón de **descripción** se observa el lienzo del modelo Canvas las cuatro áreas principales ¿qué?, ¿quién?, ¿cómo?, ¿cuándo?, así como los nueve campos y su respectiva descripción como se muestre en la siguiente ventana:



Figura 3: Descripción.
Fuente: propia.

En este apartado se mostrará el lienzo del modelo Canvas y la descripción de cada campo. En los botones:

- **Registrar:** permite en base al mismo lienzo poder crear el propio.
- **Salir:** permite al usuario salir del programa.

Apartado de Registro

Seleccionando el botón de **Registrar** se accede al formulario más importante del sistema que es donde se le brinda al usuario un espacio en el lienzo Canvas para poder plasmar en sus ideas como se muestra en la ventana siguiente:

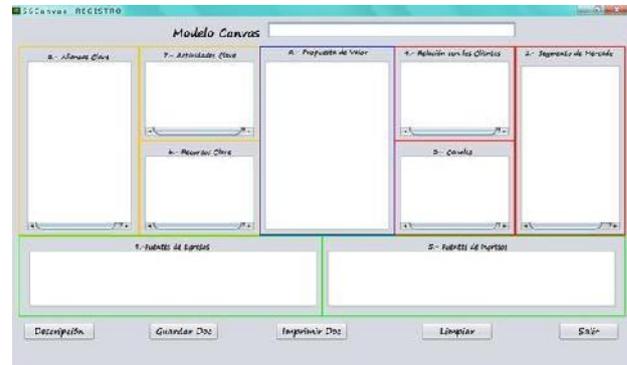


Figura 4: Registro.
Fuente: propia.

En este apartado se muestra en el formulario de registro el lienzo del modelo Canvas permitiendo agregar las ideas del usuario como el título y los nueve apartados del modelo. Los botones realizan las siguientes acciones:

- **Descripción:** permite visualizar nuevamente la información del modelo Canvas, pero sin cerrar la ventana de registro.
- **Guardar Doc:** da la opción de guardar el lienzo Canvas en un informe en formato .doc, retomando los títulos de cada campo, así como lo que el usuario ingrese en ellos.
- **Imprimir Doc:** da la opción de imprimir la ventana de registro.
- **Limpiar:** dentro de los distintos campos donde el usuario puede ingresar texto los vacía.
- **Salir:** permite abandonar el programa.

4.4 Apartado de Créditos

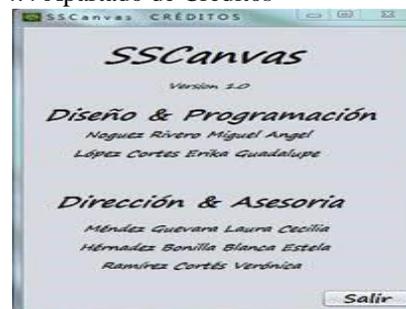


Figura 5: Créditos.
Fuente: propia.

En este último apartado se muestra el formulario de créditos el diseño y programación donde se hace mención de las personas del equipo de trabajo enfocadas a la



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

realización del esquema, así como su programación en java. Además de las personas expertas en economía que orientaron para el diseño del *software* SSCanvas, así como su revisión.

Discusión

Es posible inferir que cuando no se tiene definido un modelo y no se conoce a detalle la propuesta de valor que se ofrecerá al cliente llevan a las recién nacidas empresas al fracaso.

En este documento se presenta el desarrollo del software denominado SSCanvas describiendo cada apartado, el cual permitirá a los usuarios agilizar el proceso de planeación de su modelo de negocios para comprender las características que ofrecen asociados a las necesidades de las empresas públicas y privadas.

Como resultado se desarrolló un prototipo de software que contiene las características deseables para la organización de la información e implementación del Modelo Canvas.

Conclusiones y trabajos futuros

Los resultados obtenidos demuestran que el diseño del *software* del sistema Canvas es un aporte hacia el área de negocios de las pequeñas, medianas y grandes empresas ya que es importante generar este tipo de soporte tecnológico para mejorar y facilitar los procesos de negocio.

Así el emprendedor se enfocará solamente en su idea y permita plasmarlo de forma rápida y atractiva junto con su equipo de colaboradores para establecer un plan de negocios efectivo, es decir exitoso.

La elección del *software* se realizó con base a que las licencias de *java* son libres y tienen una gran calidad de soporte para diversas aplicaciones además de poder realizar mejoras a este tipo de aplicaciones multiplataforma.

Referencias bibliográficas

Alfred, K. (17 de Julio de 2012). *Herramientas para crear tu Modelo de Negocios*. Obtenido de Negocios Digitales: <http://negociossoftware.blogspot.mx/2012/07/herramientas-para-crear-tu-modelo-de.html>

Bowman, D. (14 de Abril de 2015). *JIMDO*. Recuperado el 29 de Septiembre de 2015, de <http://es.jimdo.com/2015/02/10/psicología-del-color-en-el-diseño-web-parte-1/>

CapitalBank One. (s.f.). Obtenido de <https://www.capitalone.com/media/doc/financialeducation/capone-business-plan-workbook-span.pdf> Cataluya, E., & Unio Europea, F. (27 de Noviembre de 2012). *HERRAMIENTAS PARA ELABORAR EL MODELO DE NEGOCIO*. Obtenido de <http://www.idi.es/docs/Model%20de%20negoci.pdf>

Lance Talent. (s.f.). *Guía del emprendedor: Cómo hacer un Modelo de negocio*. Obtenido de <https://www.lancetalent.com/blog/guia-del-emprendedormodelo-de-negocio/>



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Propuesta de implementación de comercio electrónico en el sector artesanal de la huasteca hidalguense

Área temática: El emprendedor y su prospectiva empresarial

Nombre completo de autor(es).

Ana María Felipe Redondo MCE ,

Luis Alberto Mendoza San Juan MTI

Cuerpo Académico de Tecnologías de Información

Universidad Tecnológica de la Huasteca Hidalguense.

7898962089 Ext 162 ana.felipe@uthh.edu.mx, [luis.mendoza @uthh.edu.mx](mailto:luis.mendoza@uthh.edu.mx)



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Propuesta de implementación de comercio electrónico en el sector artesanal de la Huasteca Hidalguense

Resumen: El comercio electrónico en nuestro país crece paulatinamente, las microempresas comienzan a tener presencia en la web, combinando su presencia física y la presencia virtual (blick) o solamente una presencia virtual (empresas click) (Amor,2002), indistintamente de esto, ambas modalidades son una alternativa de canal de comercialización para ampliar y explorar nuevos mercados. El e-commerce ofrece a las MPyMES un camino a muy bajos costos para incrementar su la presencia en el mercado, la puesta en marcha requiere de combinar una visión de negocios, de tecnología y de diseño en internet. Sin embargo, los servicios e infraestructura que se disponga en el mercado, impactan en la implementación de esta alternativa de comercialización, en este artículo se presenta la experiencia de la propuesta de un sitio de e-commerce en Artesanías Guadalupe, un comercio local de alfarería; esta iniciativa se realizó de acuerdo a los criterios recomendados por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), entre los que se incluyen: el manejo de inventarios, la configuración de tipo de pagos, el proceso de envío, el aspecto legal, adicionalmente se contemplan la personalización del lado cliente y administrador del sitio, el registro de los clientes, las métricas del negocio, así como los procesos del carro de compra., características que se tomaron en cuenta para el diseño de la propuesta del sitio de comercio electrónico.

Abstract: E-commerce in our country grows gradually, micro begin to have a presence on the web, combining physical presence and virtual presence (blick) or only a virtual presence (companies click) (Love, 2002), regardless of this, both modalities are an alternative marketing channel to expand and explore new markets. The e-commerce offers a path MSMEs at very low costs to increase its presence in the market, the implementation requires combining a business vision, technology and internet design. However, services and infrastructure available in the market, impact on the implementation of this alternative marketing, in this article the experience of the proposed site of e-commerce in Handicrafts Guadalupe, a local pottery trade presents ; This initiative was made according to those recommended by the Mexican Internet Association (AMIPCI) criteria, which include: inventory management, configuration of such payments, the shipping process, the legal aspect, additionally contemplated client-side customization and site administrator, registration of customers, business metrics and processes cart., features that were taken into account for the design of the proposed e-commerce site.

Palabras claves: Comercio electrónico, alfarería, Chililico.

Introducción

Uno de los indicadores que el Banco Mundial utiliza para ubicar los distintos aspectos de desarrollo de un país es la

muestra un comparativo de la cobertura en países distintos país del continente, particularmente Canadá o Estados Unidos, Chile, Venezuela y Brasil.

La Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) en su reporte del año 2015 indica que el número de mexicanos con acceso a internet poco a poco va incrementándose, y con esto se favorece a reducir la brecha digital en la población mexicana, como se observa en la figura 2.

infraestructura, particularmente el indicador que identifica los Usuarios de Internet como porcentaje de la población; de acuerdo a las estadísticas de esta organización, en México, en el año 2013 un 44.39% de la población tenía acceso a este servicio (Banco Mundial, 2016), la figura 1,



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

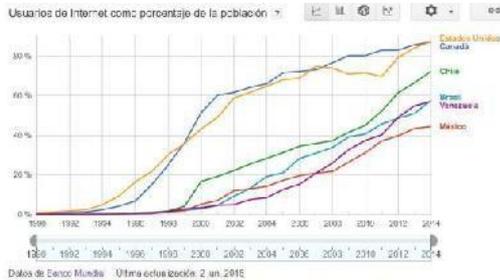


Fig. 1. Comparativo de Usuarios de Internet en USA, Cánada, México, Chile, Venezuela y Brasil al 2013 (Banco Mundial, 2016)

electrónico en México y particularmente cual es la posición de Artesanías Guadalupe en este universo de economía virtual.

Artesanías “Guadalupe” se ubica en la comunidad de Chililico, perteneciente al municipio de Huejutla de Reyes, Hgo, en la región huasteca del estado de Hidalgo, en el Barrio de Chililico, se elaboran artesanías de barro en forma artesanal, que reflejan sentimientos e ideas de la cultura e identidad de la región, artesanías con funciones utilitarias y decorativas cuya elaboración forman parte de las actividades económicas de la población. Los procesos de comercialización de estos productos se reducen al tianguis de las diferentes localidades, fiestas patronales y a la venta de sus productos en sus talleres, ubicados en sus hogares, a donde acude la población de la región y los turistas, al ser la huasteca del estado de Hidalgo una región turística por la preservación de su cultura.

Este proyecto tiene como base una propuesta de comercialización en un entorno nacional en una primera etapa y en un contexto de exportación para trabajos futuros, haciendo uso del comercio electrónico con la finalidad de publicitar estos productos e incrementar el volumen actual de ventas, partiendo de un mezcla de mercadotecnia por el contexto de marketing integrándose a la selección de recursos de TI (plataformas de *e-commerce* y publicidad web) que fortalezca la propuesta del diseño y posicionamiento web del sitio.

El procedimiento que siguió para esta propuesta de *ecommerce* como un factor detonante del comercio artesanal en la región huasteca hidalguense, se constituyó en tres etapas, las dos primeras enfocadas a identificar las líneas de producción reflejadas a través de un catálogo de productos y documentar el plan de mercadotecnia, la última etapa enfocada al diseño del sitio web, su implementación y su mantenimiento.

El diagnóstico de la cadena de valor del sector artesanal de la huasteca hidalguense permitió identificar las líneas de producción a través de una investigación de tipo descriptiva que permitió recoger información y datos que para sustentar el plan de marketing, a través de información cualitativa y cuantitativa, de fuentes tanto primarias como secundarias.

Con respecto al modelo de comercio electrónico, se propone un enfoque de comercio electrónico negocio a

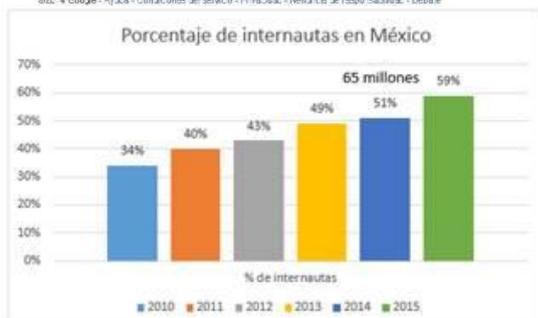


Fig. 2 Usuarios de Internet en México. (AMIPCI,2016)

El acceso a internet hace al menos de principio, más factible la implementación del comercio electrónico, entendiéndose esto como el proceso de compra – venta de productos o servicios, pasando por el proceso de pago y de entrega.

El crecimiento del *e-commerce* en el país se da de forma gradual, la figura 3 muestra la evolución de los ingresos por comercio electrónico en México.

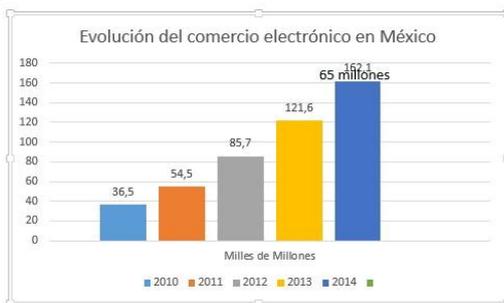


Fig. 3. Evolución del comercio electrónico en México. (AMIPCI,2016)

El mismo estudio detalla que la época en la que más compran los mexicanos es la navidad, lo que más se compra en línea es ropa y en promedio un mexicano gasta en un trimestre alrededor de 5,000.00 en compras en línea. El sector de alfarería se considera un artículo de decoración, ubicándolo en la categoría Hogar con un 7% de penetración en el mercado mexicano. Sirva este panorama para contextualizar la situación el comercio



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

consumidor - B2C, haciendo uso del gestor de software libre, Prestashop 1.6 con una ingeniería de software basada en componentes, bajo una metodología de implantación, uso y gestión del comercio electrónico que propone la

AMIPCI a través de los que denomina “los cinco ingredientes del comercio electrónico”, que define los contenidos, estructura y calidad de la página de comercio electrónico, los aspectos relativos a la administración y logística, formas de pago, de envío, la estrategias de comercialización y mercadotecnia, así como el marco legal aplicable. Todo lo anterior visto desde el ámbito de la organización, del cliente, la competencia y el aspecto cultural de la práctica del negocio.

Se presenta a continuación algunas otras experiencias similares, la metodología utilizada para el desarrollo de la propuesta, las pruebas y resultados producidos, así como las conclusiones y aprendizajes obtenidos.

Teoría del dominio y trabajos previos

Trabajos previos

Rivas & Guerrero (2005) en su estudio Comercio electrónico en México: propuesta de un modelo conceptual aplicado a las PyMEs, realiza una revisión de los mayores factores que influyen la "decisión de innovación de autoridad" de Rogers (1995) mostró que la decisión de adoptar o rechazar es hecha por un reducido número de individuos que poseen poder, prestigio o experiencia técnica en un sistema. Los factores claves sugeridos por Rogers para influenciar la adopción organizacional son:

1. El tamaño de la organización.
2. La apertura de la organización.
3. La centralización y formalización de la organización.

Daniel, Wilson y Myers (2002) sugirieron que las PyMEs son propensas a adoptar el e-commerce en un conjunto de pasos secuenciales o etapas. En cada etapa, las compañías desarrollan ciertos servicios de e-Commerce, a partir de los cuales ganan experiencia, de manera que disipan su incertidumbre y el riesgo, lo cual será beneficioso cuando procedan a desarrollar servicios adicionales.

Comercio Electrónico

Para Laudon & Traver (2014), el comercio electrónico es hacer uso del internet, la web y el software para hacer negocios, es decir son transacciones comerciales digitales que ocurren entre empresas, entre individuos y entre empresas e individuos, las relaciones entre estos actores

generan diversos tipos de comercio electrónico, que se aprecian en la tabla 1.

Tabla 1. Clasificación del Comercio Electrónico

| Tipo | de Descripción | Ejemplo |
|-----------------------------|-----------------------------|---|
| Comercio Electrónico | | |
| B2C | de negocio a consumidor | Linio, es un comerciante que vende productos a consumidores minoristas |
| B2B | de negocio a negocio | Caloryfrio, es un sitio que concentra proveedores de servicios aire acondicionado y calefacción |
| C2C | de consumidor a consumidor | Mercadolibre ofrece opciones para que los consumidores puedan subastar o vender sus productos directamente a otros consumidores |
| Scommerce | comercio electrónico social | Sitios como la red social Facebook, que permiten a las tiendas online hacer las ventas sin salir de la misma. |
| M-commerce | Comercio electrónico móvil | Se refiere al uso de dispositivos móviles para realizar transacciones comerciales |
| Comercio local | electrónico | Espacios de comercialización, ofertas y cupones dirigidos desde la web a un mercado geográfico local |

Hoy en día el comercio electrónico parece una práctica común, incluso algunos consumidores realizan sus compras o pagos de servicios desde un dispositivo móvil o redes sociales, sin embargo, este escenario en nuestro país no siempre fue así.

En 1989 se registró el primer dominio .mx, para 1992 se reconoció el primer dominio .COM.MX, a partir de ahí se ha tenido una evolución tal, que a 22 años de distancia se tiene un registro de 448,3091 sitios con este dominio, son más de 20 años y la tecnología no es un elemento que impida una mayor adopción, sino más bien la forma en que se dan los procesos para ejecutarlo, es decir, poner en términos prácticos los pasos a seguir para la implementación. Para el caso de estudio, la implementación del comercio electrónico para las



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

artesanías de la huasteca hidalguense, se opta por un modelo B2C.

Existen diversos factores que limitan el crecimiento del B2C, particularmente la tecnología y las comunicaciones, la seguridad de las transacciones, las habilidades que se requieren para implementar el comercio electrónico, la barrera de las compras “in situ”, la brecha digital, los servicios de apoyo, los métodos de pago, el marco legal que regula las operaciones y el marketing que conduzca al aumento de tráfico en el sitio, por consiguiente el incremento de clientes y de ventas.

Uno de los aspectos que ha detonado el comercio electrónico en México, es la estrategia de ventas a través del “Buen Fin”, por esa razón la AMIPCI en el año 2012 emite la guía de negocio para desarrollar estrategias de comercio electrónico en México 2012, esta guía sostiene que “un proyecto de comercio electrónico, requiere del dominio de tres familias distintas de capacidades: de negocio, de tecnología y de diseño en internet. La estrategia de implementación de comercio electrónico se trazó estas en estas tres capacidades.

Criterios de Negocio: Plan de acción: en esta etapa la empresa se plantea ¿por qué se desea incursionar al comercio electrónico? ¿Qué obtendrá la empresa? ¿A qué costo? ¿En qué tiempo? y ¿Quién tendrá la responsabilidad de lograrlo en su empresa? ¿Cuáles son los cambios en el proceso de negocio? ¿Qué opciones ofrecerán para el envío? ¿Cuáles serán los términos y condiciones de una venta?

Criterios de Tecnología: en relación a la tecnología, son varios aspectos a considerar, el hosting donde se alojará el sitio web, el nombre de dominio, que será la ubicación de la tienda en internet, el sitio web, donde se mostrarán los productos y servicios incluyendo un carro de compras, que cuente con capacidades para recolectar información de los productos o servicios, procesar el pedido, mantener la comunicación con el banco o medio de pago y notifique hacia los administradores de las ventas, así como el manejo de un sistema de inventarios, otro aspecto de la tecnología a cuidar los recursos de TI para los medios de pago, que garantice seguridad y transacciones integrales. Criterios de diseño en internet: en relación a la facilidad de actualización del diseño del sitio y usabilidad del mismo. Todos estos criterios agrupados en lo que se llama “los cinco ingredientes del comercio electrónico”.

Gestores de Contenido

Para Mauthe & Thomas (2005) el término contenido se refiere a toda clase de recursos en formatos diversos tales como: vídeo, audio, texto y la combinación de estos, desde el punto de vista de sistema de contenido, se concibe por la presencia permanente y la disponibilidad de dichos recursos, para su consulta, modificación, uso y publicación de forma parcial y entregado de forma parcial o completa. Esta definición de contenido puede quedarse corta, dado que es muy amplia, de manera general el contenido puede visualizarse como: esencial (el contenido propiamente dicho) y los metadatos; el contenido esencial, que se refiere a la información que describe dicha y los metadatos, es decir la información que describe datos como el título, subtítulo, palabras clave, descripción, categorías. Un sistema que administra ambos tipos de contenidos se denomina Sistema Gestor de Contenidos, CMS por sus siglas en inglés.

Un gestor de contenidos permite el manejo de datos compartidos y ofrece un flujo de trabajo; entre las mayores ventajas de un CMS es el hecho de ofrecer a los usuarios que no tienen formación técnica de TI mantener un sitio web actualizado de una forma sencilla y controlada, otro aspecto a resaltar de los CMS es el hecho de que son soluciones de software libre, librando a las organizaciones de costos de licenciamiento; existe una variedad de CMS ajustados a las diversas necesidades del mercado. (Alrasheed & El-Masri, 2013).

Prestashop

PrestaShop es un software de comercio electrónico gratuito, creado en 2007 ofrece funciones de catálogo, vistas del producto, optimización de motores de búsqueda, envíos, pagos, finalización de la compra, venta, marketing, localización, impuestos, traducciones, análisis e informes, relación con cliente, administración multitienda, promociones, manejo de inventarios, seguimiento de pedido, entre otros. Es una solución de venta en línea evolutiva y adaptable, se basa en un modelo de código abierto. Está orientado a productos tangibles e intangibles. (Prestashop, 2012).

Marketing

Un aspecto fundamental de los sitios web en general es la parte del posicionamiento del sitio en los resultados de búsqueda, el plan de marketing conjuga un conjunto de estrategias que buscan mantener el mercado a través de una comercialización innovadora de los productos, para crear nuevos clientes, trayendo como consecuencia un incremento de ventas. A partir de un análisis situacional



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

del negocio, tanto interno, externo y del cliente para diseñar las estrategias de mercado que permitan fortalecer la presencia en el mercado de Artesanías “Guadalupe”, partiendo de una investigación que describa el comportamiento actual del cliente, para diseñar las estrategias de la mezcla de mercadotecnia. La metodología aplicada para la realización del plan de marketing es la propuesta por .C.Ferrel, Michael D. Hartline, Estrategias de Marketing, que se muestra en la figura 4.



Fig. 4.

Pasos para desarrollar un plan de marketing. O.C.Ferrel, Michael D. Hartline,

Estrategias de Marketing 3ra. Edición 2006, pág.

2.4.1 Catálogos como estrategia de marketing ³³.

Dentro del ámbito del marketing, los catálogos o folletos de productos forman parte del marketing directo, cuyo objetivo es llegar a los clientes de una manera rápida con el propósito de incrementar las ventas y consumidores, posicionarse dentro de un mercado potencial, buscando que el cliente relacione sus necesidades y deseos con la oferta de la empresa, sin considerar bienes semejantes o de la competencia.

El catálogo se constituye por los productos dispuestos de una manera organizada, con información que los describe de forma explícita, dirigido a los clientes que no acuden al punto de venta físico, sin embargo, en el *e-commerce* el catálogo es un medio para difundir los productos ofertados, donde las imágenes que lo integran ofrecen un panorama visual del producto, los elementos que constituyen al catálogo son: la imagen, ficha técnica y precio, especificaciones de ofertas o descuento. Las ventajas del catálogo es el hecho de ofrecer a detalle información, fotografía y precio de los productos, la organización y el alcance masivo de la información.

Criterios según la AMIPCI

La guía de negocio para desarrollar estrategias de comercio electrónico en México 2012, sostiene que “un proyecto de comercio electrónico, requiere del dominio de tres familias distintas de capacidades: aquellas de negocio, aquellas de tecnología, aquellas de diseño en internet, los que considera “los cinco ingredientes del comercio electrónico” bajo este enfoque se realiza el estudio comparativo.

Primer ingrediente: Plan de acción: En esta etapa la empresa se plantea ¿por qué se desea incursionar al comercio electrónico? ¿Qué obtendrá la empresa? ¿A qué costo? ¿En qué tiempo? y ¿Quién tendrá la responsabilidad de lograrlo en su empresa?

Para las microempresas queda claro el objetivo de querer tener presencia en la web para incrementar sus ventas, los costos que está dispuesta a invertir son realmente los mínimos necesarios para el arranque, el tiempo es a mediano plazo, pretende ir poco a poco, para ir aprendiendo el modo de operación y sopesando los resultados obtenidos, la responsabilidad de logro de la implementación se divide entre los artesanos y el personal que realiza la investigación, este último como apoyo y guía en los diferentes procesos, presentando información, ventajas y desventajas para la toma de decisiones, sin embargo, la decisión final siempre es de la empresaria.

Segundo ingrediente: La tecnología, en relación a la tecnología, son varios aspectos a considerar, el hosting donde se alojará el sitio web, el nombre de dominio, que será la ubicación de la tienda en internet. La página web, donde se mostrarán los productos y servicios. El carro de compras, que cuente con capacidades para recolectar información de los productos o servicios, procesar el pedido, mantener la comunicación con el banco o medio de pago y notificación hacia los administradores de las ventas, así como el manejo de un sistema de inventarios, otro aspecto de la tecnología a cuidar los recursos de TI para los medios de pago, que garanticen seguridad y transacciones integrales.

Tercer ingrediente: los métodos de pago para comercio electrónico, ofrece una funcionalidad del carro de compras, que mantiene una secuencia de selección de producto, paso por el carro de compras, selección de método de pago y opciones de envío desde el proceso de pago; el aspecto de seguridad es importante observar cómo las alternativas estudiadas lo cumplen.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Cuarto ingrediente: manejo de inventarios, se valora como se ofrece un control de inventarios de los productos que se comercializan, el seguimiento de los pedidos, así como los aspectos de logística para configurar proveedores de envío. Quinto ingrediente: marco legal, En este apartado se consideran los aspectos legales tanto mercantiles, fiscales y de uso de datos del sitio web, a través de las leyes que regulan el comercio electrónico en México, particularmente Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, que se cumple a través del apartado Privacidad de los Datos en el sitio web, Ley Federal de Protección al Consumidor, que entre otros, verifica a través del monitoreo, datos como: Domicilio Físico, Número Telefónico Fijo, Descripción detallada del bien o servicio, Costos totales e impuestos, Formas de Pago, Condiciones de Envío, Condiciones de Entrega, Condiciones de Cancelaciones, Devoluciones o Cambio, Medios de contacto, así como el cumplimiento del marco fiscal y derechos de autor y propiedad industrial.

| Plan de acción | Tecnología | Métodos | Inventario | Marco legal |
|--------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|------------------------|--|
| Información de servicios | Catálogo de productos y servicios | Métodos de Corporativos Seguridad | Logística e inventario | Registro de usuarios y su administración |
| Ofertas y promociones | Carro de compras | Calculo de impuestos | Configuración | Información de negocios corporativa |
| Informes | Motores de búsqueda | Proceso de compra | | |
| Estadísticas | Instalaciones de Requerimientos | casos técnicos | | |
| Servicio postventa | Facilidad de hosting | Rendimiento | | |

Soporte técnico

Personalización
Temas y plantillas
Soporte SEO

Metodología

Esta investigación permite identificar que Artesanías “Guadalupe” se encuentra en la etapa de desarrollo, los productos son ya aceptados por el cliente, sin embargo actualmente está la oportunidad para crecer comercialmente en la región; Los meses de abril, mayo, junio, julio, octubre, noviembre y diciembre aumentan sus estadísticas de ventas, debido a que las festividades de la región incrementan la demanda.

Según el estudio “La alfarería de Chililico: una supervivencia prehispánica realizado por Vergara Hernández, Chililico, es reconocido por la producción de alfarería con técnicas prehispánicas, es considerado un “museo activo” ya que actualmente se pueden observar los mismos métodos y técnicas de producción alfarera que se utilizaban en aquellos tiempos, este es el activo más valioso de estos productos. La alfarería es realizada generalmente por mujeres, su sobrevivencia obedece a las características propias de las comunidades rurales que son quienes son sus principales consumidores con fines funcionales principalmente y las comunidades ajenas con fines decorativos.

La producción de artesanías “Guadalupe” es diversa, sus productos pueden clasificarse, según (Vergara Hernández, 2009) en utilitarios, decorativos y ceremoniales, relacionado con el calendario religioso principalmente. Los objetos y estilos son dinámicos, por lo que se trabaja en nuevas formas y diseños de manera constante, llenas de creatividad y sentido artístico.

Los artículos que más se comercializan son los artículos de cocina, seguidos de los productos que se utilizan para eventos culturales y religiosos.

Para la definición del perfil del cliente, se diseñó y aplicó un instrumento de recolección de datos, para definir el universo de clientes y la muestra a encuestar, se obtuvo por observación durante un periodo de un mes que en promedio 5 clientes acuden diariamente comprar durante el año.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Población universo: $5 * 365 = 1825$ clientes

Para obtener la cantidad de clientes a encuestar se utilizó una muestra finita ya que la población es menor a 500000;

Donde: Es decir, un nivel de confianza es de 95% y el error de muestra del 10%
N = Total de la población

$Z\alpha = 1.96$ al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

P = proporción esperada (en este caso $5\% = 0.05$)

Q = $1 - P$ (en este caso $1 - 0.05 = 0.95$)

E = precisión (en su investigación use un 5%).

$$n = \frac{Z^2(P)(Q)(N)}{E^2(N - 1) + (Z)^2(P)(Q)}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)(1825)}{(0.10)^2(1825 - 1) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{(3.8416) (0.25) (1825)}{(0.01) (1824) + (3.8416) (0.25)}$$

$$n = \frac{(1752.73)}{(18.24) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{1752.73}{19.2004}$$

n = 91

La información primaria obtenida después del trabajo de campo realizado con clientes actuales de la empresa permitió sustentar la importancia de integrar el *ecommerce* como herramienta de comercialización de este tipo de productos ya que el 36% le gustaría adquirir las artesanías por internet pues son clientes que compran para revender y por lo tanto lo hacen en grandes cantidades. El 64% restante son consumidores finales que hacen uso del producto para su hogar o negocio como decoración

prefiriendo tener un contacto directo al momento de realizar la compra.

Resultados

El catálogo de productos se constituyó por las funciones básicas del producto, la clasificación es la siguiente: Miniaturas, Decoraciones: Cuadros, Artículos religiosos, Astros, Varios; Conjunto; Caricaturas; Cocina; Fiestas: Xantolo; Jardín., tal como se aprecia en la Figura 1, también se aprecia la extensión y profundidad de la mezcla de productos

| Extensión de mezcla de productos | | | | | | |
|----------------------------------|--------------------------|-----------|-------------|-------------|--------------------|-----------------|
| Miniaturas | Decoraciones | Conjuntos | Caricaturas | Cocina | Fiestas | Jardín |
| *Porrónes | Cuadros | Jaros | | Tarro | Xantolo | Maetas de pared |
| *Hoyules | Alcatraes | Ranas | Niños | Vaso | Copaderos | Maetas normales |
| *Alcancías | Hacienda | Mariposas | Bob esponja | Charola | Par de caballitos | Flores |
| *Ollitas | Moledora | | Hulk | Canasta | Porta velas | Jarrones |
| *Vasos | Serenata | | Cars | Plato hondo | Canastos | |
| *Canastas | Jarrón de flores | | Shuek | Pomrones | Cazuelitas | |
| *Copaderos | Familia | | | Jarro | | |
| *Tazas | Ovalados | | | Hoyules | | |
| *Silbatos | Frutas y alcatraz | | | Molcajetes | | |
| *Cazuela | Ranas de bienvenida | | Niños | Chichapal | | |
| *Jarrones | Tulipán | | Princesas | Copal | Bodas | |
| Sartenes | Anafres | | Flores | Charolas | Tortilleros | |
| Tarros | Inditas torteando | | | Fruteros | Saleros | |
| Molcajete | Mujer alcatraz | | | Jaros | Ceniceros | |
| Pescaditos | Mujer desnuda | | | Tortilleros | Flores | |
| Xumus | Apache | | | Saleros | Bomboneras | |
| | Casas huastecas | | | Cucharas | Servilleteros | |
| | Tejedora | | | Tazas | | |
| | Danzantes | | | | | |
| | Artículos religiosos | | | | Xi años | |
| | Imágenes Representativas | | | | Tortilleros | |
| | Ángeles | | | | Saleros | |
| | Virgenes | | | | Ceniceros | |
| | Ultima cena | | | | Flores | |
| | Nacimiento | | | | Bomboneras | |
| | Animados | | | | Servilleteros | |
| | Angelitos | | | | | |
| | Virgenitas | | | | | |
| | Astros | | | | Fiestas infantiles | |
| | Eclipses | | | | Tortilleros | |
| | Soles | | | | Saleros | |
| | Varios | | | | Ceniceros | |
| | Quetzal | | | | Flores | |
| | Porta llaves | | | | Bomboneras | |
| | Homo demostrativo | | | | Servilleteros | |
| | Brasero | | | | | |
| | Ollas pegadas | | | | | |
| | Alajeros | | | | | |

Fig. 5. Catálogo de Productos de Artesanías Guadalupe. (Elaboración propia)

Discusión

La experiencia en la realización de la propuesta de implementar el *e-commerce* en una MPyMEs, en los factores sugeridos que influencia la adopción de



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

innovación, con relación al tamaño de organización, se puede decir en esta experiencia que debido a que la microempresaria no debía consultar sus iniciativas de negocio, la toma de decisión fue relativamente sencillo. Algo que caracteriza a la microempresaria es la dinámica personal que trata de permear a su negocio, es decir la apertura para experimentar nuevas estrategias de negocio. Esta experiencia le deja conciencia de que debe buscar alternativas que subsanen las carencias actuales de la región en términos de los costos de empaque y envío.

Conclusiones y trabajos futuros

Para la empresa de estudio si bien la propuesta de comercialización es pionera en la región, no se encuentra en estos momentos con las condiciones de los servicios de proveedores para poder potencializar las ventajas del comercio electrónico, por lo que las ventas realmente no se pueden concluir en línea.

El proceso de posicionamiento del sitio web a través del emarketing es un pendiente de este proyecto, sin duda esto ayudará a difundir el sitio web entre el mercado meta. Sin embargo, “Artesanías Guadalupe” sabe que es un proceso que le puede tomar un mediano o largo plazo para observar significativamente un incremento en las ventas, por esa razón en este momento, se enfoca más a mantener actualizado el catalogo electrónico de los productos que comercializa.

Una visión es ir integrando algunos otros productos artesanales que se producen en la región tales como bordados y cestería, adicionalmente se piensa en un estrategia de comercio exterior, pero esto será cuando se tenga consolidada la estrategia de comercio electrónico a nivel nacional.

Referencias bibliográficas

AMIPCI. (2012). Guía para desarrollar estrategias de comercio electrónico en México 2012. México, D.F. : AMIPCI

AMIPCI. (2016). Estudio de Comercio Electrónico 2015. México, D.F.: AMIPCI.

Amor, D. (2002). The E-business (r)evolution: Living and Working in an Interconnected World. Prentice Hall.

Daniel, E.; Wilson, H. Y Myers, A. (2002). "Adoption of eCommerce by SMEs in the UK", International Small Business Journal; Vol. 20, N° 3, Gran Bretaña, pp. 253-268

Ferrell, O., & Hartline, M. (2012). Estrategias de marketing (5 ed.). Cengage Learning.

Prestashop. (2012). PrestaShop-Feature-List-ES. Obtenido de Prestashop:
<https://www.prestashop.com/download/pdf/PrestaShopFeature-List-es.pdf>

PROFECO. (2015). Comercio Electrónico. Obtenido de PROFECO:
http://www.profeco.gob.mx/internacionales/com_elec.asp

Rivas Tovar, L A; Guerrero Cuéllar, R; (2005). Comercio electrónico en México: propuesta de un modelo conceptual aplicado a las PyMEs. Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM, XV() 79-116.
Recuperado de
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65415104>

Vergara Hernández, A. (2009). La alfafería de Chililico: una supervivencia prehispanica. UAEH.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Factores de éxito de los programas para el emprendimiento de la Secretaría de Desarrollo Social del Estado de Guanajuato

Área temática:

El emprendedor y su prospectiva empresarial

Nombre completo de autores: Glafira

Vázquez Olarra

Jorge Raúl Moreno Plascencia

Eliseo Lemus Ayala

Cuerpo Académico en Formación:

Desarrollo y fortalecimiento de las organizaciones para la competitividad regional.

Institución de procedencia:

Universidad Politécnica de Pénjamo

Correo electrónico: gvazquez@uppenjamo.edu.mx

jmoreno@uppenjamo.edu.mx

elemus@uppenjamo.edu.mx

Teléfono: 469 692 6000 ext.115



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Factores de éxito de los programas para el emprendimiento de la Secretaría de Desarrollo Social del Estado de Guanajuato

Resumen: El emprendimiento es una actividad que promueve el desarrollo de la población, por ello, es importante analizar los factores que determinan el emprendimiento en una región, para potenciar esas características tanto en los emprendedores como en los programas de apoyo gubernamentales orientados a este fin.

En el año 2015 se realizó una investigación en la región IV del estado de Guanajuato, para evaluar la satisfacción de los beneficiarios de los programas de apoyo otorgados con los programas de emprendimiento de la Secretaría de Desarrollo Social y Humano del estado de Guanajuato. En este documento, únicamente, se muestran los resultados de la investigación realizada en el municipio de Huanímaro, Guanajuato, cuyo objetivo fue determinar los factores que se relacionan directamente con el éxito de los programas de emprendimiento.

Se inicia con el problema investigado, se muestra el objetivo, marco teórico y resultados. Desde el enfoque mixto se analiza el contexto de la población, los programas de apoyo, y los factores que, en voz de los beneficiarios, incidieron en la ejecución y permanencia de sus proyectos productivos. A través de un diseño de investigación no experimental y descriptivo, ejecutando la técnica de entrevista, telefónica o presencial, se aplicó un cuestionario con 35 ítems, a los habitantes que recibieron apoyo mediante un programa de la SEDESHU, contemplando algunas de las siguientes dimensiones: Interés en emprender; motivación hacia el emprendimiento, tiempo de operación, habilidades personales, nivel de satisfacción del programa.

Abstract: *Entrepreneurship is an activity that promotes the development of the population, for this, it is important to analyze the causes that determinate the entrepreneurship in a region, in order to maximize those characteristics in the entrepreneurs and also in the government support programs oriented for this purpose.*

In 2015 a research was conducted in the region IV in the state of Guanajuato, the main purpose was to evaluate the satisfaction from the beneficiaries of the entrepreneurship support programs granted by the Secretariat of the Social and Human Development of the State of Guanajuato (SEDESHU for its acronym in Spanish). In this document, it is only showed the results of the research made in the municipality of Huanímaro, Guanajuato, whose objective was to determine the factors that are directly related to the success of the entrepreneurship programs.

It begins with the research problem, it shows the objective, the theoretical framework, and results. From the mixed approach, it is analyzed the population context, the support programs, and the factors that, in the voice of beneficiaries, they emphasized in the implementation and permanence of their productive projects. Through a non-experimental and descriptive research design, executing the interview technique, by phone or in person, a 35 items questionnaire was applied, to the people who received a grant through a program of the SEDESHU, it contemplates some of the following dimensions: Interest in entrepreneurship; motivation for entrepreneurship, operation time, personal skills and satisfaction level of the program.

Palabras claves: Emprendimiento, Programas de apoyo, Variables de éxito.

Introducción

El emprendimiento es una actividad fundamental en el desarrollo de las sociedades; los emprendedores se pueden clasificar en dos categorías: emprendedores económicos y emprendedores sociales. Los primeros se orientan al mercado comercial y los segundos se adhieren al bien común. (Arbeláez, 2011).

El ser humano, desde sus primeros pasos en la tierra, ha sido el artífice fundamental de todas las innovaciones y

modificaciones que hoy percibimos en nuestro entorno, pues busca siempre mejores condiciones de vida, un mayor desarrollo personal y comunitario, una mayor sensación de felicidad, un nivel de vida más acorde con sus expectativas; es decir, lo que la cultura humana ha asociado a progreso, desarrollo, bienestar y superación. (Arbeláez, 2011).

Los empresarios son los primeros interesados en que el espíritu empresarial, la cultura de la empresa y la creación



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

de una red productiva que cree condiciones más amplias de empleo y riqueza se extiendan de forma creciente en la región. De ello derivan mejoras compartidas en términos de crecimiento, competitividad y creación de economías de escala para el conjunto de la sociedad. (González, 2007) La Secretaría de Desarrollo Social y Humano del estado de Guanajuato (SEDESHU), como la Dependencia encargada de procurar el desarrollo individual y comunitario de la población del Estado, así como combatir la pobreza, tiene a su cargo la operación de los programas de desarrollo social y humano en el Estado, los cuales se ejecutan bajo un esquema de equidad, solidaridad, imparcialidad y transparencia.

La Secretaría procura que los programas de desarrollo social y humano beneficien a quienes más lo necesitan, a través de la focalización de los recursos asignados a dichos programas, con la finalidad de que los mismos no se destinen en acciones que dupliquen esfuerzos sin reducir la pobreza. Los programas de apoyo al emprendimiento forman parte de las acciones dirigidas al combate de la pobreza y generación de empleos en el estado de Guanajuato.

Derivado de la necesidad de la SEDESHU, para medir y analizar los factores que han influido en el éxito o fracaso de los programas de apoyo al emprendimiento, en el estado de Guanajuato, así como el uso adecuado de los recursos destinados a este fin, se constituyó un equipo de trabajo integrado por docentes y alumnos de la Licenciatura en Administración y Gestión de Pymes de la Universidad Politécnica de Pénjamo (UPPE) para realizar, en un periodo de ocho meses, un análisis retrospectivo de los proyectos de emprendimiento apoyados por la SEDESHU versus factores de sobrevivencia, satisfacción y resultados reales, en los municipios de la región IV suroeste de Guanajuato conformados por: Pénjamo, Abasolo, Cuerámaro, Pueblo Nuevo, Huanímaro, Manuel Doblado y Valle de Santiago. Desde su plataforma, la Licenciatura en Administración y Gestión de Pymes (LAG) de la Universidad Politécnica de Pénjamo (UPPE) como parte de las actividades formativas para impulsar el emprendimiento y fomentar el espíritu emprendedor ha realizado estudios relacionados con los orígenes de la actividad empresarial en Pénjamo, así como en el emprendimiento femenino y las características de los empresarios de la región; de estas investigaciones se ha detectado la necesidad de fortalecer aquellas variables que inciden, tanto en la decisión de emprender un negocio como en su desarrollo y consolidación. Por lo tanto, la Licenciatura en Administración de la UPPE en consonancia con la necesidad de la SEDESHU, realizó esta

investigación para determinar esos factores que determinan o promueven las acciones y actitudes emprendedoras en los municipios mencionados.

Se consideraron las siguientes métricas:

- 1) Porcentaje de usuarios satisfechos/ Número de proyectos aprobados = Índice de satisfacción de beneficiarios.
- 2) Porcentaje de usuarios satisfechos/ Número de proyectos aprobados = Índice de satisfacción de beneficiarios.

En el presente escrito se muestran únicamente los resultados obtenidos en el municipio de Huanímaro, Guanajuato, sin considerar la información de todos los municipios en estudio.

Huanímaro

El municipio de Huanímaro se localiza al sur del Estado de Guanajuato y comprende el 0.4% de su territorio, pertenece a la Región IV Sur y Subregión 8 dentro de la integración regional establecida en el Reglamento de la Ley de Planeación para el Estado de Guanajuato. Colinda al norte con Abasolo; al este con Abasolo y Valle de Santiago; al sur con Valle de Santiago y el Estado de Michoacán de Ocampo; al oeste con Abasolo. (Municipio de Huanímaro, 2012)

El municipio está conformado por 42 localidades más la cabecera municipal, sólo esta es considerada urbana con 5,505 habitantes, el municipio presenta una densidad de población de 157.8 habitantes por kilómetro cuadrado. La población de la zona de estudio según el Censo 2010 es de 20 mil 117 personas que representaban el 0.36% de la población total del Estado. El municipio analizado se encuentra por debajo de la media estatal, con grado promedio de escolaridad de 6.39. La población ocupada de la zona de estudio suma un gran total de 5 mil 833 personas, siendo hombres 4 mil 422 y las mujeres 1 mil 411.

La población ocupada de la zona de estudio suma un gran total de 5 mil 833 personas, siendo hombres 4 mil 422 y las mujeres 1 mil 411. Respecto a la división ocupacional se observa el rubro que presenta más población ocupada es la de: Comerciantes y trabajadores en servicios diversos con 2 mil 114.

Las estructuras familiares han presentado significativas transformaciones a lo largo de las últimas décadas, entre las tendencias más sobresalientes se encuentra una mayor propensión a reducir el tamaño del hogar, un incremento



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

de la proporción de familias encabezadas por mujeres y una responsabilidad económica más equilibrada entre hombres y mujeres. En el componente la familia, se tienen indicadores como hogares con ausencia de padre o madre, pobreza y el nivel de ingresos. Aunque en Guanajuato predomina la familia nuclear como modelo tradicional de arreglo familiar y reconociendo la importancia de contar con ambos padres en las primeras etapas de vida de las personas se ha observado que solo el 73.7% de los hogares cuenta con ambos padres residiendo en la misma vivienda, cifra menor al porcentaje estatal de 75.5%.

Se puede pensar que esta característica se debe a que existe un alto número de migración temporal cuando hay poco trabajo en el campo, pues en el municipio aproximadamente la mitad de las fuentes de empleo están en el sector primario y particularmente en la agricultura. Otro factor relevante dentro del municipio es la pobreza, donde el 65.9% de la población se encuentra en esta situación (el 11.8% de la población se encuentra en situación de pobreza extrema y el 54.2% en situación de pobreza moderada), porcentaje de población superior al que presenta el Estado 48.6%. (Municipio de Huanímaro, 2012)

Teoría del dominio y trabajos previos

Programas de autoempleo en América Latina y el Caribe

En un mundo crecientemente globalizado, caracterizado por complejo y acelerado proceso de cambio en los patrones del crecimiento, el fomento del giro empresarial, especialmente de las micro, pequeñas y medianas empresas, aparece como un factor que suscita cada vez mayor interés. En la mayor parte de los países, el sector público y las empresas de mayor tamaño han entrado en una fase de estancamiento en lo referente a su capacidad para absorber la oferta de mano de obra. Por tanto, las políticas y programas de fomento del emprendimiento cobran un claro protagonismo. (González, 2007)

Los mecanismos de creación de empresas y su impacto positivo en el crecimiento y el empleo son objeto de estudio en numerosos círculos. Sin embargo, a pesar de ser evidente, este impacto no se deja sentir en el empleo ni en el crecimiento de forma inmediata ni automática, sino que puede demorar hasta 10 años en manifestarse.

La promoción del emprendimiento, a través de políticas y programas, no puede enfocarse como una solución de corto plazo y su virtualidad residirá en su capacidad para

impulsar el cambio en el tejido productivo. El perfil de las empresas que debería favorecerse a través de nuevos programas debería diferenciarse del predominante en la estructura de los negocios existentes, y generar así innovaciones sustanciales en el territorio objeto de intervención. Los programas de autoempleo son una fuente para que los emprendedores lleven a cabo de manera más fácil su proceso de empresario, dentro de cada país existen diferentes programas de emprendimiento o también conocidos como de autoempleo, algunos de los relevantes son los que existen en América Latina y el Caribe.

Algunos de los programas de emprendimiento también conocidos de autoempleo más relevantes en los diferentes sectores se muestran en los siguientes párrafos. (González, 2007)

Sector público

Dentro del sector público en América Latina y el Caribe no hay una presencia muy elevada de programas destinados al fomento del emprendimiento en general. (González, 2007) Existen líneas de política educativa que tratan de introducir la educación para el emprendimiento en la matrícula del sistema educativo, líneas de financiamiento para proyectos empresariales, independiente de la edad del beneficiario, un ejemplo es el Fondo de Capital Semilla en Chile, además de programas específicos que contemplan el impulso a los proyectos de emprendimiento en alguna de sus fases.

El análisis en profundidad de este tipo de programas debería arrojar conclusiones sobre la posible renovación de los mismos a escalas superiores, y con énfasis en el amplio sector de la población desfavorecida, algunos de los programas del sector público son:

- Programa Joven Emprendedor (Brasil): forma parte de las acciones que lleva a cabo el Programa Nacional de Estímulo al Primer Empleo (PNPE) del Ministerio de Trabajo Brasileño. Esta iniciativa tiene como objetivo crear oportunidades de empleo y renta para los jóvenes de 16 a 24 años en situación de desempleo y que forman parte de familias cuyos ingresos no superan la mitad del salario mínimo.
- Bono Emprende - Perú: esta iniciativa es un componente del Programa Perú Emprendedor dirigida al fomento del emprendimiento de los jóvenes entre 18 y 35 años de edad que tenga al menos la secundaria completa. El joven con una idea de negocio debe pasar por una serie de



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

etapas, que parten de un concurso de ideas en la que se presentan las propuestas de negocio de cada convocatoria. Los seleccionados tras esta primera etapa pasan a la segunda, en la que se les proporciona capacitación específica y gratuita para el desarrollo de habilidades empresariales.

Algunos programas en el entorno empresarial

El emprendimiento juvenil es un área donde la participación del mundo empresarial debería jugar un papel de mayor intensidad. El papel de las instancias empresariales en el fomento del emprendimiento pasa, además de por su colaboración en programas promovidos desde otros ámbitos sociales, por la promoción de la idea y de los proyectos empresariales, tanto en el marco de las organizaciones empresariales como en lo relativo al papel que juegan las empresas a título individual y de forma creciente, en el impulso a proyectos de responsabilidad social, que enfatizan la asistencia al micro emprendimiento en el ámbito del desarrollo del tejido productivo de las comunidades donde estas comunidades operan.

- Asociaciones de Empresarios Juveniles en El Salvador con “Junior Achievement” en la implantación de metodologías de “aprender haciendo” en materia de emprendimiento en las poblaciones escolares y la Confederación Nacional de Industrias en Brasil con el movimiento de las “Empresas Junior”, asociaciones civiles formadas por alumnos de pregrado en las áreas de administración e ingenierías, que con la ayuda de sus profesores prestan servicios de consultoría para micro y pequeñas organizaciones.
- La COPARMEX (Confederación Patronal de la República Mexicana), y su Comisión de Empresarios Jóvenes es un caso interesante. Esta Comisión nace para dar a conocer los principios de COPARMEX a las generaciones de jóvenes y al mismo tiempo se encarga de despertar vocaciones empresariales en ellos. Algunos de los servicios que ofrece la Comisión a través de sus capítulos estatales son: Asesorías especializadas en Marketing, Administración y Finanzas, Contabilidad, Comercio Internacional, Diseño Publicitario, Relaciones Públicas y Recursos Humanos; Conferencias Mensuales; Cursos y Talleres enfocados a optimizar los recursos de la empresa.
- Asociación de Jóvenes Empresarios de Jamaica (YEA). Esta organización, miembro activo de la principal organización empresarial del país, la Federación de Empleadores de Jamaica (JEF)

viene desarrollando un interesante ejemplo de generación de servicios a los jóvenes empresarios jamaicanos proporcionando asesorías en diferentes fórmulas, entre las cuales destaca el llamado Peer Mentorship Programme o programa de tutoría compartida en el que grupos de jóvenes empresarios (no más de 10), se reúnen mensualmente para prestarse asesoría mutua en cuestiones y materias que incumben a sus negocios.

- Iniciativa Joven es un proyecto auspiciado por Shell Brasil, dirigido a jóvenes de entre 18 y 30 años, con el único requisito de haber completado la cuarta serie de la enseñanza fundamental y que quieran desarrollar su propio negocio. Cada año, se seleccionan 120 solicitudes de jóvenes que pasan al llamado “laboratorio de ideas”, donde durante un mes, se trabaja con ellos en equipo, tratando de despertar su espíritu empresarial. Luego, pasan a la Fábrica de Negocios, que tiene como finalidad el montaje final de la empresa. (González, 2007)

Emprendedor

Los emprendedores son individuos que transforman ideas en iniciativas rentables. A menudo, esta transformación requiere talentos especiales, como la capacidad de innovar, introducir nuevos productos y explorar otros mercados. En síntesis, se puede decir que un emprendedor es una persona con una marcada determinación a enfrentarse a situaciones que conllevan un riesgo. En el ámbito laboral, la palabra emprender significa aprovechar una oportunidad de negocio y organizar los recursos necesarios para llevarla a cabo.

Se trata de un proceso que también precisa la habilidad de dirigir a otras personas, priorizar las tareas para aumentar la eficiencia productiva y darle a los recursos disponibles el mejor uso posible. (Lederman, 2014)

Motivaciones del emprendedor

- Solucionar una situación personal (dificultades profesionales, afectivas, etc). Este tipo de motivación puede determinar una insuficiente reflexión acerca del proyecto. Asimismo, debería valorarse el posible empeoramiento del estatus social a causa de un nivel de rentas inicialmente inferior al acostumbrado.
- Poner en práctica una idea empresarial como fórmula de realización personal. Es aconsejable afrontar el proyecto de forma equilibrada, buscando la máxima



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

adecuación entre las posibilidades personales y el proyecto que se acomete.

- Crear una empresa para poder trabajar con el cónyuge, con los padres, los hijos, con compañeros de trabajo, etc. Además de la posibilidad de que los afectos personales "contaminen" el análisis previo del proyecto, deben tenerse en cuenta ciertos riesgos, tales como la duplicación de funciones y responsabilidades, el posible choque de puntos de vista en cuanto al modo de gestión de la empresa, etcétera. (Díaz, 2009)

Características de un emprendedor

Se sabe que se está en la fase de emprendedor en el momento en que una persona está dispuesta a asumir un riesgo económico, al identificar una oportunidad y organizar los recursos que sean necesarios para ponerla en marcha. (Díaz, 2009)

Algunas de las características claves que se debe tener para desarrollarse como emprendedor son las ganas de innovar y organizar. Además de ser flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, tomar decisiones, motivado y estar orientado al crecimiento. Un emprendedor siempre está aprendiendo y actualizando sus conocimientos. (Díaz, 2009)

Emprendimiento como motor de desarrollo

El emprendimiento es un motor fundamental del crecimiento y el desarrollo. Los emprendedores juegan un papel crucial en la transformación de las sociedades de ingresos bajos caracterizadas por la productividad reducida y, a menudo, por el autoempleo de subsistencia, en economías dinámicas caracterizadas por la innovación y el aumento del número de trabajadores bien remunerados. En la medida en que existen relaciones causales entre el emprendimiento y el crecimiento de la productividad, cabe recurrir a los instrumentos de las políticas para acelerar el proceso de desarrollo mediante la mejora de los incentivos y el apoyo de las instituciones a la innovación de los emprendedores. (Lederman, 2014)

Estas son las cuestiones analíticas que exploran los retos a los que se enfrentan los emprendedores transformadores y de elevado potencial de crecimiento de América Latina y el Caribe:

- La transición del autoempleo al empleo asalariado tiene arte y parte en el proceso del desarrollo, en el que los emprendedores juegan un papel clave.

- ALC es una región de emprendedores, según pone de manifiesto el elevado número de empresarios per cápita en comparación con el de otros países.

- Los responsables de las políticas de ALC han solido abordar la escasez de crecimiento empresarial centrándose en las empresas pequeñas. Esta preocupación, junto con la del empleo, se ha traducido en un mosaico de programas patrocinados por el gobierno para respaldar a las pequeñas y medianas empresas (PYME). El acceso a estos programas depende de la necesidad que tengan las diferentes personas que conforman su estado.

- El gobierno mexicano está prestando atención y ha lanzado una serie de instituciones e iniciativas para crear y fortalecer un ecosistema de emprendedores. Varios estados de la República están creando centros de emprendimiento, acercando a la investigación académica con los emprendedores para el desarrollo de negocios y socializando las ventajas y desventajas de emprender.

- El gobierno se convierte en un verdadero aliado al hacer esto realidad. Al revisar el uso de suelo y crear las reglas para maximizar la mezcla de usos, el gobierno federal y estatal crean reglas, recursos, incentivos fiscales, inversiones sostenidas en ciencia básica y aplicada, así como ser un soporte para la comercialización de estas innovaciones y conectar los distintos distritos de innovación.

El rol del gobierno no debe ser el del protagonista, pero sí el de un jugador clave que puede crear las condiciones y las reglas para fomentar mayor innovación y creación de empresas a través de:

1. Leyes laborales. Uno de los aprendizajes más importantes para un emprendedor es la construcción de equipos y es común que se cometan muchos errores en ello. Debido a la dificultad tanto para contratar y los impuestos asociados como para despedir a personal, muchos emprendedores contratan por honorarios con los consecuentes riesgos laborales y fiscales.
2. Impuestos. A pesar de que se han hecho esfuerzos y exenciones de impuestos en las pequeñas y medianas empresas, un emprendedor en crecimiento se ve limitado por las grandes cantidades de impuestos que tiene que pagar y por las cargas asociadas al empleo formal.
3. Simplificar el sistema de impuestos para que sea fácil de entender y de recaudar.
4. Darle a los emprendedores una voz en la regulación de impuestos y leyes laborales.
5. Estimular la innovación con incentivos de impuestos para la investigación y desarrollo.
6. Incorporar una educación emprendedora en la currícula de las escuelas.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

7. Acceso a capital. A pesar de que existen cada vez más fondos de inversión, aceleradoras e incubadoras en México, sigue siendo complicado para un emprendedor sin relaciones, tener acceso a ese capital. (Lederman, 2014) Otro factor es que la mayoría de los fondos y capital mexicano pertenece a personas que no tienen experiencia emprendiendo, lo cual implica que algunos emprendedores no reciban la mentoría adecuada acompañada de ese capital o que prefieran buscar levantar capital en otros países. Los emprendedores son impacientes, no toleran trabas burocráticas ni ideológicas; prefieren un optimismo constructivo que un pesimismo convencional, toman riesgos, no tienen afiliaciones partidarias, pero sí una actitud política. (Lederman, 2014)

Factores de éxito de los programas de apoyo en América Latina y el Caribe.

Es indudable que América Latina y el Caribe han registrado avances significativos en materia de resultados sociales en las últimas décadas. Uno de los hechos más sobresalientes es que la pobreza y la indigencia han caído en más del 30%. Mientras que en la década de los años noventa uno de cada dos latinoamericanos era pobre, ahora lo es sólo uno de cada tres. (Bonvecci, 2015)

Las fuentes de este marcado progreso en los indicadores sociales han sido fundamentalmente dos: el ritmo acelerado del crecimiento económico con respecto a la “década perdida” de los años ochenta, y los avances logrados en la política social en los últimos decenios.

Las razones que subyacen a este desvío positivo a favor de la política social responden a diversos factores. Las nuevas perspectivas económicas, así como los movimientos globales hacia una mayor inversión en políticas sociales, han creado condiciones favorables en el mismo sentido en América Latina y el Caribe. Asimismo, se han verificado cambios en los procesos políticos. En este contexto político favorable, uno de los principales mecanismos impulsores de las mejoras mencionadas han sido los PTC (Programas de Transferencias Condicionadas), cuyo pionero fue Progresá en México en 1997 (conocido después como Oportunidades y después como Prospera). A este le siguieron iniciativas similares como Bolsa Familia en Brasil y Familias en Acción en Colombia, entre otros de los muchos que han surgido en varios países de la región.

A través de las condicionalidades impuestas a las familias beneficiarias para el otorgamiento de estos subsidios, los

PTC no solo han tenido efectos en los niveles de consumo y de la pobreza, sino también en las tasas de asistencia escolar y en la utilización de servicios preventivos de salud. Igualmente han tenido externalidades positivas y efectos en objetivos no buscados, como por ejemplo la reducción de la criminalidad y la violencia.

Los cambios detectados en el desarrollo humano, las capacidades productivas y la protección social de las poblaciones latinoamericanas también se deben indudablemente a los avances de la investigación en el área de políticas, sociales y económicas. De allí proviene la nueva evidencia para un diseño más efectivo de las políticas sociales en cada sector y de un sistema integrado de las mismas que incluye su financiamiento sostenible.

Es por eso que no sólo es necesario lograr un diseño técnico adecuado de las políticas, sino que también debe existir coordinación entre las entidades encargadas de la entrega de los diferentes servicios y bienes requeridos para lograr que una intervención llegue a la población de manera oportuna y con calidad.

La evidencia indica que los países con mejores Procesos de Formulación e implementación de Políticas públicas (PFP) obtienen mejores resultados en términos de crecimiento económico e indicadores de desarrollo humano. Este PFP se evalúa en términos de seis características deseables de las políticas públicas; estabilidad (que mide la capacidad que tienen los sistemas políticos para mantener en su lugar aquellas que funcionan), adaptabilidad (que mide la capacidad de los países para cambiarlas cuando no funcionan), coordinación y coherencia (que mide su acoplamiento entre áreas de gobierno), implementación y cumplimiento de la normatividad (que mide la disposición de ejecutar y hacer cumplir las regulaciones); eficiencia (que mide si tienden a ser eficientes o no) y correspondencia con el interés público (que mide si favorecen a solo unos grupos o a la sociedad en general).

Los PFP son muy diversos y por ello sus resultados para cada país también lo son. Conviene tener en cuenta una serie de factores para llevar a la ejecución correcta de los mismos y tener éxito (Bonvecci, 2015):

- La primera cuestión es la relativa al objetivo último de este tipo de programas. Existe un cierto consenso sobre el hecho de que este tipo de programas, aun teniendo una incidencia positiva en la creación de puestos de trabajo, no pueden por sí solos suplir las insuficiencias que el mercado acusa en el lado de la demanda de empleo.
- Es importante tener en cuenta que la incapacidad de los programas de emprendimiento está ligada, no a la insuficiencia de los programas, sino a la colisión que se



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

produce entre los mismos y la creación de un entorno adecuado para la creación y desarrollo de las micro y pequeñas empresas. Esta es una colisión generada, no solo a nivel de los programas de fomento del emprendimiento, sino con el amplio abanico de servicios que el Estado, a nivel central y a los niveles descentralizados, ofrece a las Pymes. Esto ha sucedido principalmente por dos motivos: en primer lugar, porque los programas gubernamentales son finitos y sólo pueden alcanzar un número limitado de empresas; en segundo lugar, porque el entorno empresarial en el que operan las Pymes se ve afectado por influencias más amplias, que pueden socavar el impacto de programas gubernamentales específicos. Esta es por tanto una cuestión de entorno, que resulta conveniente tener en cuenta. (Bonvecci, 2015)

- A partir del razonamiento precedente, la siguiente cuestión es si el fomento del emprendimiento debe merecer una atención específica en el diseño de programas y acciones destinados al fomento del emprendimiento en general.
- Uno de los retos en la definición de estrategias nacionales de fomento del emprendimiento y, de forma específica, del emprendimiento juvenil es lograr una mayor articulación del aparato del Estado en estos aspectos. • Finalmente, un aspecto crucial para propiciar nuevas ideas en relación al emprendimiento en América Latina y Caribe y afianzar su papel para afrontar objetivos socialmente más ambiciosos es ubicarlo en la realidad en la que se desarrolla. (Bonvecci, 2015)

De las reglas de operación de los programas de apoyo considerados en este estudio

Existen diferentes apoyos al emprendimiento otorgados por la Secretaría de Desarrollo Social y Humano entre los que se encuentran:

- Programa de Infraestructura y Equipamiento para el Desarrollo Integral.
- Programa de Desarrollo Comunitario Integral.
- Programa de Apoyo al Emprendedor.
- Programa Mejoramiento de la Vivienda.
- Programa de Fortalecimiento del Desarrollo Humano.
- Fondo de Apoyo para la Infraestructura Municipal.
- Programa de Desarrollo de Infraestructura Básica y Comunitaria.
- Programa de Impulso a la Economía Familiar.
- Programa de Impulso a la Economía Social Sustentable.

Cabe señalar que dichos programas son impulsados por las diferentes dependencias públicas en los municipios que conforman el estado.

Los programas tienen como objeto mejorar el ingreso económico autónomo de los guanajuatenses de las zonas urbanas y rurales, a través del apoyo a la creación, desarrollo y consolidación de proyectos productivos industrial, comercial, de servicios y de seguridad alimentaria con enfoque social, así como acciones que promuevan la cultura emprendedora y generadora de autoempleo y empleo los cuales ayuden a impulsar el desarrollo social y económico de nuestra entidad, por lo que respecta la creación, desarrollo y consolidación de proyectos productivos industriales, comerciales, de servicios y seguridad alimentaria con enfoque social beneficiando a una mayor cantidad de población vulnerable potenciando así el recurso asignado a cada programa.

Metodología

La investigación se desarrolló desde el enfoque mixto lo que permitió una mejor exploración y explotación de los datos, al observar los datos cuantitativos y aspectos cualitativos. Ambos enfoques emplean procesos cuidadosos para generar conocimiento y pasan por 5 fases similares y relacionadas entre sí:

1. Llevan a cabo la observación y evaluación de fenómenos.
2. Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación.
3. Demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento.
4. Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o el análisis.
5. Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para establecer, modificar y fundamentar las suposiciones e ideas o generar otras.

La intención de la presente investigación fue utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas para realizar inferencias producto de toda la información recabada; lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio e integrar una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno que se está investigando. (Hernández, 2010). El presente estudio es de carácter exploratorio y descriptivo; estos tienen por objeto familiarizarse con un tema desconocido o parcialmente estudiado.

Se realizaron entrevistas personales y telefónicas con los Directores de Desarrollo Económico y/o Desarrollo Social de los municipios: Pénjamo, Abasolo, Cuéramaro, Pueblo Nuevo, Huanímaro, Manuel Doblado y Valle de Santiago



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

para obtener los datos personales y cantidad de beneficiarios de los programas de apoyo para el emprendimiento. Asimismo, se solicitaron los mismos datos a la Secretaría de Desarrollo Social del estado de Guanajuato.

En este proyecto, se señalaron, desde el inicio, seis variables dependientes dentro del primer supuesto: satisfacción, créditos otorgados, permanencia de la empresa, generación de empleos, orientación administrativa y asesoría legal.

El proyecto presenta un diseño mixto de investigación, el cual representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias, producto de toda la información recabada y

Recolectar los datos implicó integrar el marco teórico, elaborar una matriz de variables y consultar otras investigaciones e instrumentos que se han utilizado para realizar este tipo de investigaciones. Se identificaron los conceptos, las variables, sus dimensiones y los indicadores, esto permitió iniciar la construcción del instrumento. Posteriormente, se codificaron los datos, es decir, se asignó un valor numérico para representarlos.

De esta manera, se integró el cuestionario con 36 ítems con preguntas abiertas, cerradas y de opción múltiple, mismo que fue revisado y aplicado en una prueba piloto, lo que ayudó a modificar algunos ítems que no resultaban ser claros para las personas entrevistadas. Asimismo, se decidió el tipo de formato y el lenguaje a utilizar, el cual, debido a las características de la población de estudio debió utilizar términos sencillos.

El instrumento fue enviado a la coordinación del CONCYTEG para la evaluación del contenido y formalizar su uso, de tal manera que se autorizara para comenzar a aplicarlo.

En el grupo de investigación realizó una reunión para la capacitación de cada integrante del grupo de investigadores, con esto se aseguró el conocimiento del instrumento y la forma de aplicarlo a cada una de las personas que fueron beneficiadas con los programas de apoyo.

En un siguiente periodo, se recolectaron los datos en las comunidades de cada uno de los municipios de estudio, a las cuales fue necesario regresar en diferentes ocasiones

por no localizarse el domicilio señalado o a la persona beneficiada.

Se prepararon los datos recopilados para llevar a cabo la captura en el programa Statistics Program for Social Science. Se analizaron e interpretaron los datos para integrar los documentos entregables.

La aplicación de cuestionarios para recabar información es uno de los procesos más interesantes dentro de una investigación, pues es el escenario más particular donde se tiene contacto con la población de la que se desea obtener información.

Es el momento más idóneo para aprender, explorar, conocer y apreciar los diferentes lugares, así como para identificar los pasos y acciones que se deben seguir para lograr excelentes resultados. A continuación se mencionan las particularidades que se encontraron en el municipio de Huanímaro: Los cuestionarios se aplicaron en una primera etapa en las instalaciones del mercado municipal de Huanímaro, se convocaron a los beneficiarios de los diferentes programas de apoyo al emprendimiento. En general, las actitudes que mostraron los beneficiarios para responder el cuestionario fueron adecuadas y positivas, estuvieron abiertos a cualquier cuestionamiento.

Resultados

Se presentan parte de los resultados que se obtuvieron en el municipio de Huanímaro.

Las ideas de negocio que se ejecutaron con los programas de apoyo al emprendimiento son los que se muestran a continuación, siendo el más representativo con un 30% la apertura de Centros de Cómputo, el resto de la muestra de estudio concretó las siguientes ideas: Estética, Pizzería, Carnicería, Lonchería, Taller de Soldadura, Taller de Costura y Transformación de Materia Prima.

Las personas comentan que la empresa fue creada por necesidad, en un 70% y por oportunidad el 30% restante. Por otra parte, 60% de ellos no pertenecen a una familia de emprendedores, únicamente 4 de cada 10 tienen antecedentes relacionados con el emprendimiento. El 100% de los entrevistados de Huanímaro mencionaron estar *Muy satisfechos* con su idea de negocios.

Afirman que sus características personales que incidieron en su decisión de emprender son las que se muestran a continuación.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

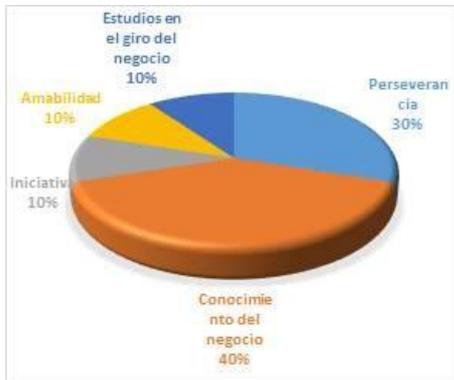


Figura 1. Características personales

Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos de cuestionarios

El 100% de los beneficiarios del municipio de Huanímaro fueron apoyados por el Programa de Impulso a la Economía Social y Sustentable. De los cuales, 80% no recibió capacitación, del 20% que recibió capacitación, ubica sus respuestas como capacitación buena y regular. Consideran que los temas de Publicidad y Plan de Negocio son los más relevantes de aprender para el tipo de emprendimiento que realizaron. 20% de los beneficiarios mencionaron que los aspectos que no les agradaron fueron: la entrega tardía del equipo y no recibió capacitación.

El 100% de los entrevistados de Huanímaro mencionaron estar *Muy satisfechos* con su idea de negocios y que el monto otorgado *satisfizo* sus necesidades de capital. El 90% mencionó que el tiempo de entrega del recurso y los trámites fueron *adecuados* y *satisfactorios*. En el momento de realizar el estudio, todas las empresas continuaban operando, el 50% en su casa y el resto, rentaba un local comercial. Estas micro empresas generan 20 empleos directos y 3 indirectos.

Los entrevistados mencionaron que el programa mejoró su calidad de vida ya que incrementaron sus ingresos y *satisfizo* la necesidad económica para adquirir material de trabajo. Asimismo, señalaron como recomendaciones al programa lo siguiente: Brindar a un mayor número de personas; Mayor difusión de los programas; Brindar capacitación; Mayor número de apoyos a cada municipio; Que exista continuidad en los programas; Aumentar el monto del apoyo.

Discusión

Se resalta que, contrario a los algunos estudios señalan, como el elaborado por la ONU (2011) o Pizarro (2009)

quienes señalan que las personas que inician un negocio, en su mayoría pertenecen a familias de emprendedores; dentro del contexto en estudio las personas emprenden un negocio sin pertenecer a familias empresarias o con antecedentes en la creación de empresas. El emprendimiento representa una nueva opción entre las alternativas para generar ingresos en las familias de la región.

Es importante analizar las situaciones particulares que se presentaron en cada municipio, ya que existen desacuerdos e inconformidades que vale la pena considerar, para evitar que sigan sucediendo antes y durante la entrega de los programas.

Como señala Bonvecci (2015) “Es importante tener en cuenta que la incapacidad de los programas de emprendimiento está ligada, no a la insuficiencia de los programas, sino a la colisión que se produce entre los mismos y la creación de un entorno adecuado para la creación y desarrollo de las micro y pequeñas empresas. Esto ha sucedido principalmente por dos motivos: en primer lugar, porque los programas gubernamentales son finitos y sólo pueden alcanzar un número limitado de empresas; en segundo lugar, porque el entorno empresarial en el que operan las Pymes se ve afectado por influencias más amplias, que pueden socavar el impacto de programas gubernamentales específicos. Esta es por tanto una cuestión de entorno, que resulta conveniente tener en cuenta.”

En el municipio de estudio sucede esto último: se otorgaron pocos apoyos del estado, ya que fue una inversión proporcional del gobierno municipal con el estado. El municipio tiene pocos ingresos y con poca inversión directa nacional y extranjera, sus recursos son escasos para otorgar un mayor número de apoyos. En consecuencia, a pesar de existir el triple de solicitantes de los apoyos para el emprendimiento, sólo se benefició a una tercera parte.

Respecto al comentario del autor en referencia con “la creación de un entorno adecuado para la creación y desarrollo de las micro y pequeñas empresas” es importante señalar que representa un reto diario para los dueños de esos emprendimientos, ya que el 54.2% de la población se ubica en situación de pobreza moderada, es evidente que no tendrán el ingreso suficiente para adquirir los servicios que se crearon con el programa de apoyo.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Conclusiones y trabajos futuros

La SEDESHU procura beneficiar a los grupos que más lo necesitan a través de los recursos asignados a programas de apoyo con la finalidad de disminuir la pobreza y, los resultados de esta investigación muestran que éstos han impactado positivamente en la mejora de la calidad de vida de los beneficiarios.

Los datos obtenidos permiten afirmar que los programas de apoyo están atendiendo las verdaderas necesidades de la población de acuerdo con las características y el contexto en que se ubican, ya que el nivel de satisfacción medido de ubica en el rango alto y medio. Sin embargo, como se ha comentado, se requiere otorgar mayor número de apoyos. Las conclusiones respecto a los supuestos del proyecto que versan:

Supuesto 1. Los proyectos de emprendimiento de la SEDESHU obtuvieron excelentes resultados en términos de: satisfacción, créditos otorgados, permanencia de la empresa, generación de empleos, orientación administrativa y asesoría legal.

En el municipio de Huanímaro se comprobó el supuesto al medir el Porcentaje de usuarios satisfechos / Número de proyectos aprobados = Índice de satisfacción de beneficiarios.

Y el índice de satisfacción general del programa: Número de personas satisfechas con el programa en general / Número de proyectos.

Supuesto 2. Los proyectos de emprendimiento del sector público obtuvieron mejores resultados en comparación con los programas de la SEDESHU, en los mismos términos. Debido a que no fue posible obtener información de las personas que recibieron apoyos desde otras instancias gubernamentales, este supuesto no se midió. Sin embargo, se sustituyó por:

Supuesto A. Los factores que determinan la sobrevivencia de los proyectos de emprendimiento apoyados por la SEDESHU se relacionan con las cualidades de los emprendedores o beneficiarios del programa. Esto se evidenció dentro del trabajo de investigación cuando los emprendedores señalaron que el 57% creó la empresa por necesidad y un 41% por ser una oportunidad; siendo importante tener conocimiento de la actividad económica del negocio, ser perseverante, tener iniciativa y responsabilidad aunque en su familia sean los primeros en integrarse al mundo de emprendedores y empresarios, su proyecto les hace sentir muy satisfechos.

La investigación arroja información valiosa para el reforzamiento de los programas de apoyo otorgados por la SEDESHU, se pueden realizar correlaciones de diversa

índole que permitan tomar decisiones respecto a los programas que permitan fomentar el espíritu emprendedor desde edades tempranas y niveles académicos básicos.

Referencias bibliográficas

- Arbeláez, L. (Mayo de 2011). *Emprendimiento Social: Factores críticos de éxito y fracaso para el mejoramiento del programa de generación de ingresos de la presidencia de la república de Colombia, dirigido a población en situación de desplazamiento por la violencia en Caldas*. Manizales, Manizales, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- FAO (2007). *Entornos favorables para el desarrollo del sector agroindustrial*. Chile: ONU. Recuperado desde http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/ags/publications/EE_Latin%20America.pdf
- Gobierno del Estado de Guanajuato (s.f.). *Municipios de Guanajuato*. Obtenido de www.guanajuato.gob.mx
- González, L. (Julio de 2007). (OIT, Ed.) Recuperado el 11 de Julio de 2016, de Proyecto PREJAL: <http://documentacion.edex.es/docs/1601GONpro.pdf>
- Hernández, R. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Iglesias, E. (2004). *Los objetivos del desarrollo del milenio en América Latina y el Caribe*. Washington: BID. Recuperado desde <http://www.cepal.org/mdg/docs/IADBPublicDoc.pdf>
- Lara, G. y Maldonado, M. (2014) *Modelos emergentes de desarrollo en la economía social y solidaria*. México: Porrúa.
- Lederman, D. (2014). *El emprendimiento de América Latina. Muchas empresas y poca innovación*. Washington: Banco Mundial
- Municipio de Huanímaro. (2012). *Propuesta de Plan Municipal*. Huanímaro.
- ONU Mujeres. (2011). *Principios para el empoderamiento de las mujeres*. Chile: ONU.
- Pizarro, O. A. (2009). *Perfil de la emprendedora en Chile*. Centro de Estudios Empresariales de la Mujer. Santiago, Chile: BID.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Área temática 4

CADENA DE VALOR Y LA VINCULACIÓN ENTRE LAS ORGANIZACIONES



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

:

Encadenamientos productivos en México y sus efectos económicos

ÁREA TEMÁTICA:

**IV CADENA DE VALOR Y LA VINCULACIÓN ENTRE LAS
ORGANIZACIONES**

AUTORES:

**Rogel Fernando Retes Mantilla, Gisela Janeth Espinosa Martínez, Samuel Garrido
Roldán**

CUERPO ACADÉMICO:

[ITESCOAC-CA-4 - INNOVACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL](#)

INSTITUCIÓN:

TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COACALCO

CORREO:

retes1123@hotmail.com; CEL: 55 40059411



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Encadenamientos productivos en México y sus efectos económicos

Resumen: *La economía nacional hoy en día, debido a la fuerte competencia global, requiere la atención de los diferentes niveles de gobierno para la asignación eficiente de los recursos productivos que permitan generar bienestar económico. En este sentido, el presente trabajo tuvo como objetivo cuantificar la generación de empleos y el PIB de los encadenamientos productivos motivada por la demanda privada de cada sector, para efecto de decidir qué sector incentivar a través de políticas públicas en investigación y desarrollo. La metodología consistió en la aplicación del modelo de entrada-salida de Leontief a través de un simulador del INEGI. Se reportó que la demanda del sector industrial generó los mejores indicadores de empleo y PIB.*

Abstract: *The national economy today, due to strong global competition, requires the attention of the different levels of government for the efficient allocation of productive resources to generate economic welfare. In this regard, this study aimed to quantify the generation of jobs and GDP of the productive chains driven by private demand for each sector, for the purposes of deciding which of them incentivize through public policies in research and development. The methodology consisted of applying the model of Leontief input-output through a INEGI's simulator. It was reported that demand in the industrial sector generated the best indicators of employment and GDP.*

Palabras claves: encadenamiento productivo, empleos, PIB.

Introducción

Una cadena de valor se conforma por el conjunto de actividades, todas ellas incorporando valor al producto final, que van desde la mera concepción del mismo, pasando por su producción, distribución y comercialización hasta la propia recogida o reciclado después del uso. Porter (1998) propuso el concepto de cadena de valor como una herramienta de análisis de la eficiencia empresarial, considerando todas las actividades o funciones desarrolladas dentro de la organización. Sin embargo, el análisis de las cadenas de valor se orienta al estudio de las relaciones entre distintas empresas que participan en éstas. De este modo, no interesa la organización y coordinación de las funciones internalizadas dentro de las empresas, sino la coordinación y las relaciones entre los distintos agentes: grandes empresas multinacionales, PYMES locales, etcétera, que conforman la cadena de valor de un bien o servicio determinado. Dos son los conceptos fundamentales en torno al análisis de las cadenas de valor: el concepto de gobernanza (governance) y el de mejora (upgrading). La primera noción hace referencia a la coordinación de los distintos agentes que conforman las Cadenas de valor globales a fin de garantizar la eficiencia de todo el proceso.

Una regulación adecuada de ellas resulta crucial a fin de garantizar la consecución de ventajas competitivas

sostenibles mediante una combinación adecuada de costo, calidad, flexibilidad e innovación. No obstante, el concepto de gobernanza tiene implicaciones que van más allá de la mera idea de cooperación; a este respecto, resulta esencial considerar la distribución asimétrica de poder existente dentro de la cadena. En algunas cadena de valor, son grandes corporaciones las que asumen el liderazgo en la organización de la división del trabajo entre las empresas participantes, ejerciendo un mayor o menor control sobre el desarrollo de las actividades, la estructura y la dinámica de la cadena. A su vez, este papel protagonista le permite a la gran corporación retener una mayor porción del valor añadido total generado en la cadena. Los estudios empíricos sobre cadenas de valor globales han permitido identificar diversos modelos diferenciados de gobernanza.

Las dos tipologías más significativas a nuestro juicio son las propuestas por Gereffi (1994) y Gereffi et al. (2005). Gereffi (1994) distinguió entre cadenas dirigidas por el comprador (buyer-driven), frente a las dirigidas por el productor (producer-driven): a) En las primeras, grandes mayoristas-minoristas, distribuidores y comercializadores o productores con marcas registradas, ejercen la gobernanza de redes descentralizadas de producción en países en desarrollo con bajos costos de producción. Este tipo de cadenas se presentan esencialmente en industrias intensivas en trabajo dedicadas a la fabricación de bienes de consumo, como los textiles/confección, el calzado o la electrónica de consumo. Las redes de proveedores que asumen la producción física siguen las especificaciones de los grandes grupos que se encargan del diseño, la



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

distribución y/o la gestión de las marcas. La función clave de estos últimos es ajustarse a los cambios de la demanda, o incluso adelantarse a ellos y/o provocarlos, de modo que la I+D, el marketing y el diseño son las actividades que se reservan para sí, junto a la organización de la logística de la cadena. b) En las cadenas dirigidas por el productor, son grandes fabricantes de productos tecnológicamente avanzados como aeronaves, automóviles o equipos informáticos los que ejercen el liderazgo de las Cadenas de Valor Globales. Estas corporaciones asumen un control más directo sobre los encadenamientos hacia atrás con los proveedores de materias primas y componentes intermedios y, sobre los encadenamientos hacia delante, con las actividades de distribución y comercialización.

Tratan así de proteger la tecnología desarrollada y evitar su difusión estrechando los vínculos con sus proveedores especializados por medio de relaciones de propiedad (Kaplinsky y Readman, 2001). Es por ello que el papel de las PYMES autóctonas en este tipo de cadenas en actividades de alto nivel tecnológico es menos importante que en las cadenas dirigidas por el comprador. Los márgenes en este tipo de Cadenas de valor globales vienen determinados por el aprovechamiento de las economías de escala y por el control de la tecnología. Asimismo, Gereffi et al. (2005) han distinguido cinco tipos de gobernanza: a) Coordinación mediante el mercado: en estas Cadenas de Valor Globales, comprador y vendedor no necesitan cooperar en la definición del producto, bien porque éste se encuentra estandarizado, bien porque el proveedor posee suficiente capacidad para proporcionar un resultado satisfactorio. En consecuencia, las transacciones tienen un carácter marcadamente impersonal. b) Cadenas de valor modulares: se trata de redes industriales en las cuales los proveedores fabrican productos sujetos a las especificaciones de los clientes, pero con plena autonomía en cuanto a la organización, las competencias y las tecnologías aplicadas. Utilizan maquinaria genérica, de modo que no se encuentran atados a clientes concretos.

Este tipo de cadenas son características, por ejemplo, de la industria electrónica (Sturgeon, 2002). c) Cadenas de valor relacionales: cuando no resulta posible codificar todos los aspectos vinculados a las transacciones, surgen redes industriales caracterizadas por interacciones complejas entre compradores y vendedores, que mantienen relaciones de cooperación basadas en la reputación y la confianza mutua. Los distritos industriales italianos constituyen un ejemplo de este tipo de cadenas, que son también características, entre otras, de la industria automovilística (Sturgeon et al, 2008). d) Cadenas de valor cautivas: en estas cadenas, pequeños proveedores legalmente independientes mantienen una situación de subordinación

económica de hecho respecto a grandes compradores, debido frecuentemente a la existencia de inversiones en activos específicos relacionados con el cliente que generan costos hundidos. e) Cadenas de valor jerárquicas: el actor principal de la cadena es una gran empresa transnacional integrada verticalmente, que mantiene vínculos de control respecto al resto de las empresas que participan en ella mediante relaciones de propiedad. A juicio de Gereffi et al. (2005), son principalmente tres los factores que explican la configuración de las Cadenas de Valor Globales y el modo de gobernanza de las mismas: la complejidad de la información y el conocimiento requerido; su facilidad de codificación, de modo que pueda ser transferido eficientemente sin necesidad de inversiones específicas por los agentes de la Cadena de Valor Global; y las capacidades de los proveedores en relación con los requerimientos de los líderes de la cadena. Por lo tanto, en mayor o menor grado, las PYMES que participan en las Cadenas de Valor, asumen generalmente un papel subordinado frente a las grandes corporaciones que ejercen la gobernanza de las mismas. Esta relación de interdependencia asimétrica entraña riesgos estratégicos indudables para las PYMES.

Así, la capacidad de las PYMES de consolidar su papel en las Cadenas Globales de valor e incrementar su participación en el valor agregado generado, resulta un factor central en el análisis de las Cadenas globales de valor. Surge entonces el concepto de "mejora" (upgrading), entendida como el proceso ascendente en la cadena de valor determinado por un alejamiento de las actividades con bajas barreras de entrada, en las que la competitividad reside esencialmente en los costos de producción, y un reposicionamiento hacia aquellas actividades donde los intangibles representan un factor de competitividad esencial, actuando como barreras de entrada que garantizan un crecimiento más sostenible del valor agregado (Pietrobelli y Rabelotti, 2006). Siguiendo a Humphrey y Schmitz (2002), pueden identificarse cuatro cauces de mejora al interior de las Cadenas de valor: 1) Mejora de procesos: implica ganancias de eficiencia en la transformación de los insumos en productos, gracias al desarrollo o la adopción de una tecnología o un sistema de producción superior. 2) Mejora de productos: consiste en el desarrollo de productos nuevos, más sofisticados o de mayor calidad, que aporten más utilidad/satisfacción al consumidor. 3) Mejora funcional: supone la asunción de nuevas funciones, de tal forma que se eleva globalmente el contenido en conocimiento de la actividad desarrollada por la empresa. De este modo, la empresa puede pasar de ocuparse del mero montaje de componentes importados, a

la fabricación física de los mismos y, de ahí, a asumir el diseño o la propia comercialización de productos bajo



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

marcas propias. 4) Mejora inter-sectorial o de cadena: consiste en el abandono por la empresa, de la actividad que venía desarrollando, para introducirse en otros sectores u otras Cadenas Globales de valor, en las que disfruta de una mayor capacidad para generar y retener el valor agregado. Asimismo, puede señalarse la existencia de una jerarquía dentro de estas modalidades de mejora (Gereffi, 1999; Kaplinsky y Readman, 2001). La vía más accesible de upgrading sería la mejora en procesos; a continuación se situaría la mejora en productos; se continuaría con la mejora funcional; para terminar con las mejoras de cadena o los movimientos de carácter inter-sectorial. El paso de una modalidad de mejora a otra, conlleva un contenido creciente de actividades desincorporadas que son las más difíciles de replicar y que, por lo tanto, pueden servir para crear barreras de entrada más sostenibles y sólidas, que sitúen a las PYMES en nichos de mercado protegidos frente a la competencia en costos.

Objetivo

Cuantificar la generación de empleos y crecimiento económico de los encadenamientos productivos motivada por la demanda privada de cada sector, para efecto de decidir qué sector incentivar a través de políticas públicas en investigación y desarrollo.

Metodología

La metodología consistirá en la aplicación de la matriz de Leontief, a través de un simulador del INEGI.

Matriz de Leontief

La matriz de Leontief, también conocido como modelo Input-Output o de entrada-salida, es un modelo económico desarrollado por Wassily Leontief (1905-1999) por el cual obtuvo el Premio Nobel en el año 1973. El modelo consiste en un análisis interdependiente de los sectores productivos de un país con el fin de averiguar los efectos que tendrían las variaciones en la producción de algunas de esas empresas sobre las demás. El modelo de Leontief consiste en una ecuación matricial con el fin de determinar las interrelaciones entre los diferentes sectores de una región concreta. Este supone que la economía está formada por diversos sectores de producción y servicios, entre los cuales existe una demanda interna que satisfacer de los mismos, a la vez que una demanda externa que también hay que satisfacer. Matemáticamente, la ecuación matricial es la siguiente:

$$X=AX+D$$

El vector producción para poder resolver el sistema:

$$IX-AX=D ; (I-A)X=D ; X=(I-A)^{-1}D$$

Dónde:

- La matriz A representa los valores colocados de forma matricial.
- La matriz D es el vector demanda externa
- La matriz X es el vector producción, en el que interesa encontrar el valor de sus elementos.

Matriz Insumo-Producto 2008

Como parte del Sistema de Cuentas Nacionales de México (SCNM), se da a conocer la Matriz de Insumo-Producto 2008 (MIP 2008) mediante un tabulado de doble entrada, que muestra las relaciones intersectoriales; lo constituye un conjunto de cuadros que reflejan y actualizan las relaciones que llevan a cabo los diversos sectores y agentes económicos que intervienen en todas las fases del ciclo económico (INEGI, 2016).

La Matriz insumo-producto (MIP) 2008 representa un instrumento de planeación y toma de decisiones para políticas económicas. A través de su uso, se puede responder a múltiples interrogantes sobre las necesidades e impactos en los niveles de producción, insumos, maquinaria y equipo, entre otras, de los diversos sectores económicos.

Simulador de la Matriz Insumo Producto

El simulador tiene como objetivo proporcionar un instrumento de análisis y de proyección económica, basado en el modelo de insumo producto de Wassily W. Leontief y sus supuestos funcionales responde a interrogantes sobre los impactos que se generan en los niveles de producción, valor agregado, puestos de trabajo y remuneraciones de los diversos sectores económicos, inducidos por cambios en algún componente de la demanda final, ya sea en el consumo privado, el consumo de gobierno, la formación bruta de capital fijo o en las exportaciones. Es decir, el simulador muestra los impactos directos e indirectos de la economía derivados de un cambio en algún componente de la demanda final.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Cuadro 1.- Matriz Insumo Producto 2008

| Actividades | Actividad primarias | Actividad industrial | Actividad de servicios | Demanda intermedia | Demanda final | Utilización total |
|--|---------------------|----------------------|------------------------|--------------------|---------------|-------------------|
| Actividades primarias | 50,541 | 284,051 | 42 | 334,634 | 251,685 | 586,319 |
| Actividades industriales | 83,696 | 2,411,589 | 748,270 | 3,245 | 7,324,403 | 10,567,958 |
| Actividades de servicios | 41,775 | 1,241,737 | 1,391,970 | 2,675,482 | 6,852,807 | 9,528,289 |
| Consumo intermedio Nal. | 176,013 | 3,937,377 | 2,140,281 | 6,253,671 | 14,428,95 | 20,682,566 |
| Importaciones | 42,026 | 2,324,934 | 280,821 | 2,647,781 | 1,050,472 | 3,698,252 |
| Impuestos sobre los productos netos de subsidios | -3,624 | -42,967 | -113,494 | -160,085 | 475,749 | 315,664 |
| Usos precios de comprador | 214,415 | 6,219,344 | 2,307,608 | 8,741,367 | 15,955,116 | 24,696,483 |
| Valor agregado bruto | 371,903 | 4,348,615 | 7,220,682 | 11,941,99 | 41,120,66 | 66,666 |
| Producción | 586,319 | 10,567,958 | 9,528,289 | 20,666 | 82,566 | 12,266 |
| PIB | 368,279 | 4,305,648 | 7,107,188 | 11,781,15 | 475,749 | 56,864 |

Fuente: Sistema de Cuentas Nacionales
Millones de pesos

Este ejercicio aplica tanto para la Matriz de Insumo Producto 2008 como para la Matriz de Insumo Producto 2012.- Actualización.

Los resultados se interpretan de la siguiente manera:

En la primera pestaña se muestran en una tabla el impacto ocasionado en la Economía total a consecuencia del cambio realizado, específicamente en los siguientes agregados económicos:

Producto interno bruto.

Total de remuneraciones de asalariados,

Total de puestos de trabajo

En la segunda pestaña se muestra el impacto directo en la rama modificada, los cambios se presentan, para los mismos agregados económicos.

En la tercera pestaña se presentan los cambios que sufrieron las tres principales ramas de actividad relacionadas con la industria modificada, es decir, en las que se presentan impactos representativos de acuerdo al cambio realizado sobre el componente de la Demanda Final.

Finalmente, en la cuarta pestaña se puede elegir alguna otra rama que sea de su interés para visualizar los impactos sobre ésta, ante el cambio realizado. Para el caso del presente estudio, se seleccionó el rubro de Servicios profesionales, científicos y técnicos.

Resultados y discusión

En esta sección se reportan los efectos en el número de empleos creados, el PIB nacional y por sectores encadenados, así como la remuneración de asalariados, a partir del aumento en un 10% de la demanda privada de cada sector.

En el Cuadro 2 se observa que la industria es el sector que más contribuye tanto en el PIB nacional, como en el total de remuneraciones y puestos de trabajo.

Cuadro 2.- Impacto económico nacional

| Concepto primario | Sector secundario | Sector terciario |
|--------------------------------------|-------------------|------------------|
| Producto Interno | | |
| | 0.09% | 1.08% |
| Bruto | | |
| Total de remuneración de asalariados | 0.06% | 0.80% |
| Total de puestos de trabajo* | 165 250 de | 397 464 |
| | | 343 138 |

Fuente: Elaboración propia con salida de simulador de INEGI

Cifras en millones de pesos

*Puestos de trabajo en unidades

En el cuadro 3 se observa que el sector comercio es quien más se ve favorecido con un incremento del 10% de su demanda. Lo anterior debido principalmente a que dicho sector encadena gran variedad de servicios tales como financieros, de seguros y de investigación de mercados, entre otros; los cuales son bien remunerados en relación con los salarios de los sectores primarios y secundarios.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Cuadro 3.- Impacto económico en cada sector productivo

| Concepto | Sector primario | Sector secundario | Sector terciario |
|--------------------------------------|-----------------|-------------------|------------------|
| Producto Interno Bruto | 2.38% | 3.68% | 5.03% |
| Total de remuneración de asalariados | 2.38% | 3.68% | 5.03% |
| Total de puestos de trabajo* | 160 542 | 158 682 | 283 325 |

Fuente: Elaboración propia con salida de simulador de INEGI

Cifras en millones de pesos

*Puestos de trabajo en unidades

En el cuadro 4 se observa que el sector industrial es el que representa en todos los rubros, un mayor impacto en sus encadenamientos. Se destaca que el sector terciario sólo incide en los servicios o corporativos.

Cuadro 4.- Impacto económico de los encadenamientos intersectoriales.

| Concepto | S e c t o r e s | | | | |
|--------------------------------------|-----------------|---------------|------------------|--------------|-------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | manu- ctura | come- rcio | agricul- tura | mine- ria | corpora- tivos |
| Producto Interno Bruto | 0.04% | 0.03% | 2.06% | 1.76% | 0.91% |
| Total de remuneración de asalariados | 0.04% | 0.03% | 2.06% | 1.76% | 0.91% |
| Total de puestos de trabajo* | 1 564 | 1 650 | 139 003 | 4 142 | 141 |

Fuente: Elaboración propia con salida de simulador de INEGI

Cifras en millones de pesos

*Puestos de trabajo en unidades

El cuadro 5 indica nuevamente que el sector industrial es el que incide de manera importante en los servicios de investigación y desarrollo, seguido por el sector terciario y primario, respectivamente.

Cuadro 5.- Impacto económico en los servicios científicos y tecnológicos

| Concepto | Sector primario | Sector secundario | Sector terciario |
|--------------------------------------|-----------------|-------------------|------------------|
| Producto Interno Bruto | 0.02% | 0.91% | 0.53% |
| Total de remuneración de asalariados | 0.02% | 0.91% | 0.53% |
| Total de puestos de trabajo* | 92 | 4 359 | 2 545 |

Fuente: Elaboración propia con salida de simulador de INEGI

Cifras en millones de pesos

*Puestos de trabajo en unidades

Conclusiones y trabajos futuros

Se concluye que el sector industrial es el que más empleos y PIB generaría tanto a nivel nacional como intersectorial si se incrementara un 10 por ciento su demanda, toda vez que su encadenamiento productivo generaría un arrastre importante tanto para atrás como para adelante de la cadena. Por lo anterior, se propone apoyar más a este sector con servicios científicos y tecnológicos que generen productos con mayor valor agregado. Asimismo se propone alinear y redireccionar, si fuese el caso, a los demás sectores productivos nacionales para que colaboren conjuntamente con el sector industrial.

Referencias bibliográficas

- Acevedo, J. A., (2008) Modelos y estrategias de desarrollo de la Logística y las Redes de valor en el entorno de Cuba y Latinoamérica, tesis doctoral, La Habana, Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría, Cujae.
- Feser, Edward J. and Bergman, Edward M. (2000). "National Industry Cluster Templates: A Framework for Applied Regional Cluster Analysis", Regional Studies, Vol. 34-I, pp.1-19.
- Gereffi, G. (1994). "The Organization of Buyer-Driven Global Commodity



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

- Chains. How US Retailers Shape Overseas Production Networks", G.
- Gereffi y R. Korzeniewicz (eds.). *Commodity Chains and Global Capitalism*, Wesport CT: Prager.
- Gereffi, G. (1999). "International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain", *Journal of International Economics*, vol. 48, pp. 37-70.
- Gereffi, G., J. Humphrey and T. Sturgeon (2005). "The governance of global value chains". *Review of International Political Economy*, vol. 12, ntrni. 1, pp. 78- 104.
- González L., (1999). *La sistematización y el análisis de los datos cualitativos*. Mejía, A. R. y Sergio Antonio Sandoval, S. A. (Coords.), *Tras las vetas de la investigación cualitativa*. México: ITESO: 158-173.
- Humphrey H. Schmitz (2002). "How Does Insertion in Global Value Chains Affect Upgrading Industrial Clusters?", *Regional Studies*, vol. 36, num. 9, pp. 10171027.
- Humphrey, J. (2006). "Policy Implications of Trends in Agríbusiness Value Chains", *European Journal of Development Research*, vol. 18, num. 4, pp. 572-592.
- INEGI (2004). *Censos económicos, (2004)*. México, disponible en: [www.inegi.gob.mx/ est/contenidos/](http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/), leído el 20 abril de 2010.
- Kaplinsky, R. and J. Readman (2001). *Integrating SMEs in Global Value Chains. Towards Partnership for Development*, Viena: ONUDI
- Pietrobelli, C. and R. Rabellotti (eds.) (2006). *Upgrading to compete. Global Value Chains, Clusters and SMEs in Latin America*, Washington, D. C : Inter-American Development Bank and David Rockefeller Center for Latin American Studies (Harvard University).
- Porter, Michael E. (1998): "Clusters and the new economics of competition", *Harvard Business Review*, noviembre-diciembre.
- Sturgeon, T. (2002). "Modular production networks. A new American model of industrial organization". *Industrial and Corporate Change*, vol. 11, num. 3, pp. 451-496.
- Sturgeon, T., J. Van Biesebroeck y G. Gereffi (2008). "Value chains, networks and clusters. Reframing the global automotive industry". *Journal of Economic Geography*, num. 8, pp. 297-321.
- Yin K. R., (2003). *Case study research. Design and methods*. Vol 5, Third edition, U.S.A: Ed. Research Methods Series.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Área temática 5 LA INNOVACIÓN Y LA TECNOLOGÍA EN EL SIGLO XXI



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Alternativa y solución del recubrimiento más idóneo para la protección del acero contra la corrosión

Yolanda Juárez López¹, Jaqueline Sánchez Espinoza², Cozobi García Herrera³

¹Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo Escuela
Superior Cd. Sahagún

^{2,3}CU UAEM Valle de Teotihuacán
Cerrada Nezahualcóyotl S/N 55955

¹yjuarez@uaeh.edu.mx, ²jaquesanchez79@hotmail.com, ³cgarciiah@uaemex.mx



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Alternativa y Solución del Recubrimiento más idóneo para la Protección del Acero contra la corrosión

Resumen: Desde la más remota antigüedad, el hombre ha empleado la pintura como medio de expresión artística y como medio de protección.

A través de los siglos, la fabricación de pinturas ha evolucionado de un arte gremial, que emplearan unas cuentas docenas de materiales a la moderna industria de pinturas que hace uso literalmente de cientos de compuestos químicos, materiales y equipos.

Con el desarrollo industrial que tuvo lugar en los siglos dieciocho y diecinueve, comenzó a surgir la pintura como un producto comercial.

Ya en los últimos años, crecientes y vigorosos esfuerzos científicos han revolucionado materialmente la manufactura de pinturas. Se puede disponer en la actualidad de pinturas que resisten casi todas las sustancias químicas y ambientes corrosivos.

Abstract: Since ancient times, man has used painting as a means of artistic expression and as a means of protection. Over the centuries, the manufacture of paints has evolved from a craft union, which employs a dozen bills of materials to modern paint industry that uses literally hundreds of chemicals, materials and equipment. With industrial development that took place in the eighteenth and nineteenth centuries, he began to emerge painting as a commercial product.

And in recent years, vigorous growing and scientific efforts have revolutionized materially paint manufacture. You can now have paints that resist almost all chemicals and corrosive environments.

Palabras claves: Protección, corrosión, acero.

Introducción

En la actualidad para lograr una protección económica y eficiente contra la corrosión, se requiere recubrimiento altamente especializado: ya que debido a los altos costos de mano de obra: un recubrimiento será económico en la medida de su durabilidad.

El método más comúnmente utilizado para proporcionar dicha protección es interponer una barrera entre el metal y el medio ambiente. Otro método consiste en incluir en la capa protectora un agente de sacrificio que proteja electroquímicamente al sustrato mecánico (galvanizado en caliente). Dentro de los agentes de sacrificio más eficientes que se conocen esta el zinc metálico y una de las características ricas de la



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

pintura en zinc, es que se combinan la forma de protección antes mencionadas: La interposición de una capa protectora y esa capa de metal de sacrificio que protege catódicamente al metal en cuestión.

Desde principios del siglo , se han utilizado pigmentos derivados del plomo y materiales pesados (Cd, Cr) para diversas aplicaciones en la industria de pinturas correspondiente al minio (Pb 203) y al cromato de zinc ($ZnCrO_3$), principalmente al desempeño de importantes funciones en relación a la protección anticorrosiva mediante recubrimientos.

Objetivo General

Proponer alternativa para la protección anticorrosiva de acero, en las que se contemplen como principales variables, aspectos ecológicos, de salud, económicos y funcionales. Con la finalidad de utilizar recubrimientos anticorrosivos que disminuyan en gran medida daños a la ecología y a la salud humana, sin demérito de las características protectoras y/o funcionales del recubrimiento protector.

Planteamiento de la problemática

La necesidad de proteger al medio ambiente es cada día mayor, debido a los diversos factores como son: La emisión componentes volátiles al medio ambiente, la salud, la higiene en el trabajo, entre otro.

Una unidad productiva, aun en sus procesos de operación normal, puede causar alteraciones al ambiente por la emisión de contaminantes físicos, químicos, biológicos, además de acumular una creciente cantidad de residuos sólidos y líquidos de difícil degradación. El agua que una planta utiliza es un proceso como medio de calentamiento o enfriamiento. Para lavar o enjuagar los compuestos elaborados por limpieza etc., se alteran por sustancias que le otro color, que cambian su pH, etc., puede estar contaminada con :metales como

el hexavalente al mercurio, el plomo o por compuestos inorgánicos no metálicos como: cloruros, cloruros o por fosforo, nitrógenos, amoniacos.

Aspectos generales sobre la corrosión

¿Qué es la corrosión?

La corrosión metálica es el desgaste superficial que sucede cuando los metales se exponen a ambientes reactivos. Los compuestos químicos que constituyen los productos de tal desgaste son parientes cercanos de las rocas minerales metalíferas que se encuentran en la corteza terrestre. En otras palabras, las reacciones de corrosión ocasionan que los metales regresen a sus menas originales.

A temperaturas superiores de $200^{\circ}C$, existe una reactividad significativa de la mayoría de los metales en aire seco y en la rapidez y magnitud de la reacción aumenta progresivamente, tanto si se incrementa la temperatura como si el aire es contaminado por otros gases, en general el grado

de desgaste depende de las propiedades iónicas del producto de corrosión.

A la temperatura ambiente, el progreso de la corrosión electroquímica está determinado por un número de factores, dentro de los cuales tiene primordial importancia a la naturaleza de cualquier reactividad oxidante que esté presente.

Formas comunes de la corrosión

Los bienes culturales metálicos pueden sufrir varias formas de corrosión durante su uso o después de éste, que es el restaurador debe reconocer. Se pueden describir seis principales formas de corrosión.

- Corrosión generalizado o uniforme □ e en contacto con el agente deterioro.
- Corrosión por picadura: Es una forma de corrosión particularmente destructiva, ya que aunque se localice en ciertos puntos (por lo que se le llama también corrosión local), se manifiesta en profundidad y su



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

velocidad es muy elevada, pudiendo resultar en perforaciones de metal.

- Corrosión galvanizada: Es una forma de corrosión muy importante y frecuentemente. Ocurre por formación de pila galvánica propiamente dichas (es decir bimetálicas). entre dos metales de potenciales electroquímicos diferentes (por ejemplo hierro y cobre).
- Corrosión bajo tensión: Resulta de la relación conjunta de esfuerzos mecánicos de tracción y de un medio agresivo particular. Se inicia generalmente a partir de una picadura, que con tensión se vuelve fisura y progresa hasta la ruptura.
- Corrosión por aeración diferencial: Es la forma más común de la corrosión “en cavidades”, que resulta de la heterogeneidad de las propiedades físicas o químicas de la solución agresiva.
- Corrosión por erosión: Está provocado por el desplazamiento de un fluido sobre la superficie metálica.

Propuesta de solución del recubrimiento más idóneo para la protección del acero contra la corrosión.

Se realizaron pruebas comparativas de los principales recubrimientos empleados para la protección contra la corrosión anticorrosivos como se muestran en el anexo No.1.

$$\% \text{ de Corrosión} = \frac{\text{Área total} - \text{área}}{\text{Área}} * 100$$

Conclusiones

De acuerdo al análisis de los resultados obtenidos en los ensayos de exposición a niebla salina (ASTM B-117), puede notarse que el Cromato de Zinc muestra el mejor comportamiento ante dicha prueba. Sin embargo el cromato de zinc esta latamente restringido por considerarse un producto carcinogénico.

De las propuestas planteadas como sustituto a los pigmentos anticorrosivos convencionales, el metaborato de bario (Nalzin 2) es la opción que muestra características protectoras similares a los del cromato de zinc. Una de las ventajas de este pigmento no muy dañino para el ser humano y no contamina al medio ambiente.

Cuadro comparativo de los recubrimientos anticorrosivos con respecto a sus características. Anexo No.2.

Referencias

Appold, H., Reinhard, A., & Schmidt, P. (1985). *Tecnología de los metales*. México Buenos Aires-Caracas: Rovertè.

JR, R. W. (1981). *Química Orgánica Moderna*. Barcelona: Revertè.

Mata, A. B., & Ives Villegas, L. (1996). *Tecnología de pinturas y recubrimientos*. México: Muñoz.

Schmid, K. (2002). *Manufactura Ingeniería y Tecnología*. México: Producción supervisión.

Anexo No.1. Primarios alcidico

| PRIMARIOS ALCIDICOS PROPIEDADES PROMEDIO DE PELICULA A LOS 7 DIAS DE CURARO RESINAALCIDICA | | | | | | |
|--|--|------------------------|--|------------------------|---|------------------------------|
| PIGMENTO | CAMARA SALINA | | | | | |
| | Corrosión de las ranuras ASTM-D-714-87 | Ampollas ASTM-D-714-87 | Corrosión De las ranuras ASTM-D-714-87 | Ampollas ASTM-D-714-87 | Ampollas ASTM-D-3569-90 | % de corrosión ASTM-D-610-87 |
| Cromato de zinc | 4 | 3 | 3 | 4 | Sin desprendimiento solo las ampollas a 1.0 cm. | 15 |
| Minc | 3 | 4 | 2 | 2 | | 50 |
| Fosfato De zinc | 3 | 3 | 1 | 1 | Se desprendieron solo las ampollas a 2.23. cm | 80 |
| Hidruido de zinc | 3 | 2 | 2 | 3 | Mucho desprendimiento en ranura. | 70 |
| Meta borato de bario | 4 | 3 | 3 | 1 | Se desprendieron Sol las ampollas a 2.8 cm. | 25 |
| Meta borato de calcio | 1 | 1 | 1 | 1 | Desprendimiento casi homogéneo | 90 |



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Anexo No.2. Cuadro comparativo de pigmentos

| Minio | Cromato de zinc | Fosfato de zinc | Butoil 9100 | Nalzin 2 |
|---|---------------------|--|---------------------------------|---------------|
| Alta densidad | 4ZnO y 4:Po3 | Bianco | Color blanco | Base solvente |
| Tendencia a la sedimentación | Liberación de iones | No toxico | Metaborato de Calcio modificado | Bese agua |
| Bajo poder cubriente | Cancerigeno | Poco poder cubriente | Reactivo | No toxico |
| Mala resistencia a La intemperie | | Buenas propiedades anticorrosivas en aceros. | | Color blanco |
| Alcalino principal Mecanismo de protección) | | | | No se muele |



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Sistema para el diseño de una alimentación DisAlim

Mobile system for the design of healthy eating

Área temática: La innovación y la tecnología en el siglo XXI.

Marisol Maldonado Sánchez, Gloria Martínez Martin, Cuitlahuac Alamilla Cintora
Cuerpo Académico de Tecnologías de Información y comunicación y Comunicación
Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital

Carretera Ixmiquilpan Capula Km. 4 Col El Nith, Ixmiquilpan Hgo.

017590720327089 y 7721173153

mmaldonado@utvm.edu.mx,



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Sistema para el diseño de una alimentación DisAlim Mobile system for the design of healthy eating

Resumen: La alimentación es uno de los problemas fundamentales del mundo actual. La crisis alimentaria desatada por el alza de los precios de los comestibles afecta cada vez más a los países pobres manifestándose en 37 de ellos. En un análisis comparativo de los países miembros de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), México ocupa el primer lugar de prevalencia de obesidad en el mundo según datos estadísticos realizados en el 2014. La prevalencia de sobrepeso y obesidad, tanto en hombre como en mujeres, tienen sus valores más bajos en los grupos de edad extremos en la edad adulta; el grupo más joven, entre 20 y 29 años y el grupo de mayor edad, más de 80 años. En cuanto a los menores de edad, la prevalencia de sobrepeso y obesidad en menores de cinco años ha registrado ascenso a lo largo del tiempo, en 1988 era de 7.8% mientras que en 2012 ha llegado a 9.7%. Se calcula que alrededor de 36 millones de muertes, esto es, más del 50% de las registradas en el mundo en 2010, tuvieron como causa enfermedades no transmisibles, principalmente enfermedades cardiovasculares, cánceres, enfermedades respiratorias crónicas y diabetes. En este paper se presenta la aplicación móvil DisALim como respuesta al reto de salud pública, promoviendo una buena alimentación mediante estilos de vida saludables entre la población que garanticen el bienestar individual y comunitario; detectando oportunamente cualquier padecimiento independiente de la condición social o lugar de residencia. El impacto y contribución para la sociedad se presenta en el Centro de Salud de Actopan, Hidalgo con cuatro nutriólogos mismos que atienden a pacientes del programa PROSPERA teniendo un registro de aproximadamente 800 familias matriculadas las cuales deben de asistir a consultas para la revisión médica estas son llamadas consultas a sanos y la otra es una consulta con el nutriólogo, donde se les hace seguimiento alimenticio y control del peso. La aplicación móvil usada por el equipo de trabajo de los nutriólogos del centro de salud unidad Actopan, Hgo. Podrán dar seguimiento al paciente por medio de un formulario de registro del paciente, asignación de planes de alimentación y agenda de citas y el paciente tiene un formulario donde consulta su estado nutricional puede visualizar su plan de alimentación, recibe tips de alimentación. El diseño de la investigación es aplicada, descriptivo obteniendo datos de la obesidad en México y en Hidalgo la obesidad para obtener los indicadores de hombres mujeres y niños obesos detectando las necesidades sociales como resultado se creó la aplicación móvil DisAlim (Diseñando tu Alimentación) para dar a conocer el estado nutricional de un paciente, por medio del cálculo del índice de masa corporal y el cálculo de calorías que debe consumir una persona para mejorar sus hábitos alimenticios; también proporciona el plan nutricional clasificado de acuerdo al grupo de alimentos del plato del buen comer. la aplicación DisAlim ayuda al especialista en nutrición del Centro de salud de Actopan Hgo. a llevar el control y seguimiento del paciente.

Abstract: Food is one of the fundamental problems of today's world. The food crisis triggered by rising food prices increasingly affecting poor countries manifesting itself in 37 of them. In a comparative analysis of member countries of the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), Mexico ranks first in prevalence of obesity in the world according to statistics made in 2014. The prevalence of overweight and obesity in both men and women, have their lowest values in the extreme age groups in adulthood; the younger group, between 20 and 29 years and older group, more than 80 years. As for children, the prevalence of overweight and obesity in children under five registered rise over time, in 1988 was 7.8% while in 2012 has reached 9.7%. An estimated 36 million deaths, that is, more than 50% of those recorded in the world in 2010, were caused noncommunicable diseases, mainly cardiovascular diseases, cancers, chronic respiratory diseases



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

and diabetes. In this papaer DISALIM mobile application is submitted in response to public health challenge, promoting good nutrition through healthy lifestyles among the population to ensure individual and community well-being; timely detecting any independent condition of social status or place of residence. The impact and contribution to society is presented in the Health Center Actopan, Hidalgo with four nutritionists themselves who care for patients program PROSPERA having a record of approximately 800 families enrolled which must attend consultations for medical review these calls consultations healthy and the other is a consultation with the dietician, where they are made food monitoring and control weight. The mobile application used by the team of nutritionists health center Actopan, Hgo unit. They can monitor the patient through a patient registration form, power allocation plans and appointment schedule and the patient has a form where their nutritional status query can display your eating plan, receive tips feed. The research design is applied, descriptive obtaining data of obesity in Mexico and Hidalgo obesity for indicators of men, women and obese children by detecting social needs as a result the mobile application DISALIM was created (Designing Your Power) to give to know the nutritional status of a patient, by calculating the body mass index and calculating calories to eat a person to improve their eating habits; also it provides nutritional plan classified according to food group plate of good food. the application helps DISALIM nutrition specialist Health Center Actopan Hgo. to take control and patient monitoring.

.Palabras claves: Sistema móvil, alimentación, Modelado Unifie Modeling Language UML

Introducción

El tema que se trata en esta investigación es el sobrepeso en la sociedad y para tener una noción del tema la Organización Mundial de la Salud (OMS) define al sobrepeso y la obesidad como una acumulación anormal o excesiva de grasa, el indicador más común que se utiliza para identificar el exceso de peso es el índice de masa corporal (IMC), y clasifica como sobrepeso cuando el IMC es igual o superior a 25 y la obesidad cuando éste es igual o superior a 30. También la Asociación Internacional de Estudios de la Obesidad estima que aproximadamente mil millones de adultos tienen actualmente sobrepeso y otros 475 millones son obesos. La mayor cifra de prevalencia de sobrepeso y obesidad se registró en la Región de las Américas (sobrepeso: 62% en ambos sexos; obesidad: 26%) y las más bajas, en la Región de Asia Sudoriental (sobrepeso: 14% en ambos sexos; obesidad: 3%).

Un análisis comparativo de los países miembros de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), México ocupa el segundo lugar de prevalencia de obesidad, antecedido por los Estados

Unidos de América, convirtiéndose este problema en una cuestión de prioridad para la mayoría de los países miembros ya que la mitad de su población tiene sobrepeso y uno de cada seis personas padece obesidad.

La Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT) 2012, muestran que la prevalencia de sobrepeso y obesidad en México en adultos fue de 71.3% (que representan a 48.6 millones de personas). La prevalencia de obesidad en este grupo fue de 32.4% y la de sobrepeso de 38.8%. La obesidad fue más alta en el sexo femenino (37.5%) que en el masculino (26.8%), al contrario del sobrepeso, donde el sexo masculino tuvo prevalencia de 42.5% y el femenino de 35.8%. La prevalencia de sobrepeso y obesidad, tanto en hombre como en mujeres, tienen sus valores más bajos en los grupos de edad extremos en la edad adulta; el grupo más joven, entre 20 y 29 años y el grupo de mayor edad, más de 80 años. El sobrepeso aumenta en hombres en la década de 60-69 años, mientras que en las mujeres el valor máximo se observa en la década de 30-69 años. En el caso de la obesidad, la prevalencia más alta se presenta en el grupo de edad de 40 a 49 años en hombre y de 50 a 59 años en las mujeres. La prevalencia de obesidad fue 28.5% más alta en las localidades urbanas³.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La población preescolar (menor de cinco años), escolar (de 5 a 11 años) y adolescente (de 12 a 19 años) se calculó el puntaje Z del IMC (índice de masa corporal) ($IMC = kg/m^2$) para la edad. De acuerdo con el patrón de referencia de la OMS anteriormente mencionado, se clasificó con sobrepeso u obesidad a los preescolares con puntajes Z superiores a +2 desviaciones estándar (DE), y a los escolares y adolescentes con puntajes Z superiores a +1 y hasta +2 DE para sobrepeso y +2 DE para obesidad.⁹

Se consideraron como válidos datos de IMC entre -5.0 y +5.0 puntos Z. Se eliminaron los valores de IMC fuera del intervalo entre 10 y 38 para preescolares y escolares y entre 10 y 58 para adolescentes, y en todos los casos cuando el puntaje Z de talla/edad se ubicaba fuera de los valores límites aceptables (<-6 y >+6).

Lo que motivo a pensar si la innovación y el uso de la tecnología ayuda a bajar los índices de sobrepeso en la sociedad, se pensó en desarrollar una aplicación móvil con el objetivo de proporcionar el estado nutricional de las personas que acuden a instituciones públicas de salud o con un especialista en nutrición. El documento contiene lo siguiente; las innovaciones o desarrollos de tecnologías realizados anteriormente analizando las fusiones que realizan en el manejo de la obesidad, contiene la metodología de investigación usada para el análisis de los datos, en los resultados se tiene la modelado que dio origen al sistema móvil y las interfaces del sistema con las vista por parte del usuario y la administración del nutriólogo, en cada una de ellas se encuentra con sus instrucciones del plan de alimentación correspondiente al número de calorías que puede consumir diariamente un usuario, se podrá descargar en el celular del usuario realiza dando el registro con el especialista en nutrición para que le sea otorgado un usuario y contraseña.

La aplicación móvil, no estará disponible en otro idioma diferente al español. Se ha elegido software de código libre para su desarrollo.

Métodos

El diseño de la investigación es aplicada por que se atiende a un problemática en el centro de salud de Actopan Hgo. Y transversales, por la aplicación de un cuestionario con 20 reactivos sobre sus hábitos de alimentación a personas mayores de 18 años de tipo exploratoria porque existen datos previos del objeto de estudio descriptiva se especifica el los encuestados, sus actitudes ante la alimentación, cuantitativa por que se analiza diferentes fuentes, se usó la recolección de los datos para establecer patrones de comportamiento del proceso estadístico. Longitudinal porque se consideró los documentos que muestran los cambios en el los hábitos alimenticios que muestran las instituciones de salud. La metodología dio origen al desarrollado del sistema web programado en Visual Basic .NET 2010, el cual estará conectado a una base de datos (SQL Server 2008) para la manipulación de la información. Como administrador podrá efectuar las siguientes tareas: Registrar, eliminar y actualizar usuarios. Crear el perfil nutricional de usuario: Se presentará una tabla con las porciones adecuadas a la cantidad requerida por grupos de alimentos diariamente.

Resultados

Como resultado se presenta los elementos que se consideraron para el desarrollo del sistema diseño tu alimentación que se obtuvo del análisis de los datos iniciando con los *Datos personales los cuales son:* IMC (Índice de masa corporal), Estado nutricional (Desnutrición, sobrepeso, obesidad, etcétera), Calorías necesarias para el consumo diario, Agendar fechas de citas a consulta, Registrar, eliminar y actualizar las listas de alimentos de acuerdo al plato del buen comer, Redactar tips para sobre nutrición y salud física para informar al usuario. Para el desarrollo de la aplicación móvil DisAlim podemos encontrar los siguientes módulos: Logueo: se debe contar con un usuario y contraseña para ingresar. DisAlim Tips: de forma aleatoria se presentan Tips para mejorar la salud física e información sobre algunos alimentos. Perfil del



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

usuario: se observa el estado nutricional y el requerimiento calórico por día el plan nutricional: ofrece al usuario las porciones indicadas en los cinco tiempos de comida (Desayuno, Colación matutina, Comida, Colación Vespertina y Cena) que puede ingerir haciendo referencia a cada grupo de alimentos (Cereales, tubérculos, Grasas, Frutas y verduras) y dependiendo del requerimiento calórico que se le asignó. Plato del buen comer: se proporciona una lista dependiendo el grupo de alimentos que se elija (Cereales, Frutas y verduras, leguminosas y alimentos de origen animal), con la cantidad equivalente a una porción. Más información: proporciona los datos del especialista en nutrición como son: teléfono celular, redes sociales, dirección del consultorio. En el registro de usuario para poder registrar en nutriplan se pide un usuario y contraseña, de esta manera el usuario estará registrado y podrá iniciar sesión posteriormente. Inicia sesión Esta es la sección principal donde lo usuarios podrán acceder a DisAlim mediante un usuario y contraseña registrados, anteriormente Recuperar contraseña El sistema pedirá el nombre del usuario de tipos de forma aleatoria sobre consejos para Un buena nutrición y actividad física. Apartado DisAlim Se proporcionará al usuario una serie de tipos aleatoria sobre consejos para una buena nutrición y actividad física. Perfil Se pide al usuario datos personales como su talla, estatura, sexo, edad y profesión para así poder calcular el estado nutricional. Estado nutricional Con los datos ingresados ene l perfil del usuario se calculará el índice de masa corporal y las calorías que debe consumir al día; así como el peso ideal del usuario y su estado nutricional.

Plan nutricional se proporcionará una tabla con las porciones adecuadas a la cantidad requerida por grupos de alimentos diariamente. Se muestra el plato del buen comer, se presentará una lista de alimentos por grupo, apartado más información, se brindará al usuario información profesional de expertos en nutrición en este apartado se hace mención sobre los resultados obtenidos, empezando con el modelado de proyecto con Unifie Modeling Language UML o también denominado como programación estructurada para determinar las

acciones del sistema móvil como es el diagrama de secuencias que muestra las acciones del sistema y los involucrados.

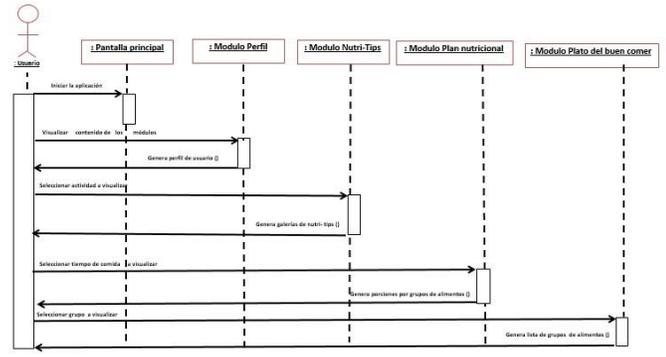


Figura 1.1 Diagrama de Secuencias de la aplicación móvil Diseñando tu alimentación DisAlim.

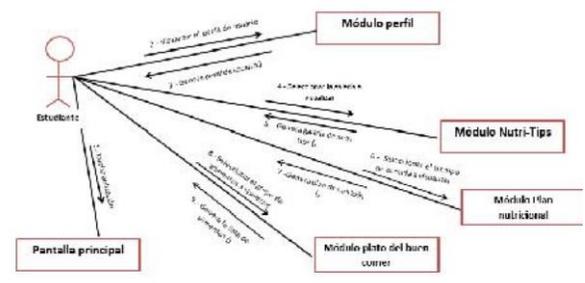


Figura 1.1 Diagrama de Colaboración de uso de la aplicación móvil Diseñando tu alimentación DisAlim.

Otro resultado es el sistema diseñando tu alimentación, que muestra los datos considerados en la metodología de investigación y las necesidades del centro de salud de Actopan Hgo. En el cuidado de la alimentación.

En la siguiente tabla se presenta las pantallas de la aplicación y la descripción de lo que hace la interfaz



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

cabe mencionar que también se creó la interfaz para el administración para un control por parte del nutriólogo.

Describe la vista del usuario del móvil y la vista del nutriólogo del sistema DisAlim

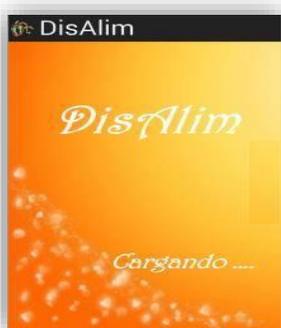


Ilustración 1. Inicio de la aplicación.

Al ejecutar la aplicación se visualiza la pantalla principal de la aplicación donde se informa al usuario el nombre del proyecto y la operación que se está haciendo al consultar el servidor de base de datos para posteriormente poder realizar el logue del paciente o del nutriólogo



Ilustración 2. Menú de administración.

En este menú se muestran opciones para la administración del paciente por parte del nutriólogo. Lleva el control de pacientes, grupos de alimentos y la agenda de citas.



Ilustración 3. Iniciar sesión.

Si el paciente ha sido registrado anteriormente por el nutriólogo, le será otorgado un usuario y contraseña para poder acceder a la aplicación. Para el nutriólogo se cuenta con un usuario y contraseña que actúan como administrador.



Ilustración 4. Agregar paciente.

En el módulo de agregar paciente le permite al nutriólogo registrar los datos personales para el perfil del usuario. Esta información es enviada a una base de



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

datos alojada en un dominio para posteriormente ser consumida por el paciente.

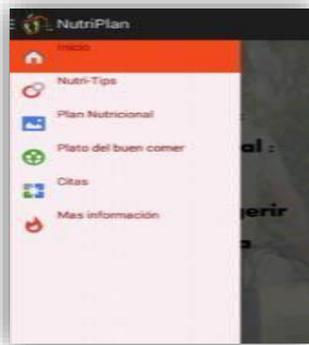


Ilustración 5. Menú principal.

El menú principal contiene las opciones referentes al usuario como paciente que incluye: el perfil nutricional, Nutri-tips, plan nutricional, plato del buen comer, citas y más información.



Ilustración 6. Editar perfil del paciente.

En este módulo se permite al nutriólogo realizar cambios en el perfil del paciente para modificar el estado nutricional del mismo, conforme a su avance.

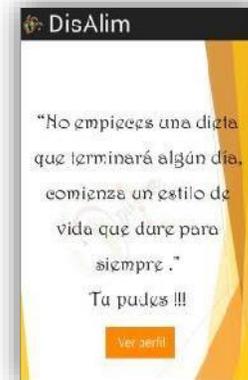


Ilustración 7. Perfil del usuario.

El perfil nutricional del paciente muestra una frase motivadora. Muestra el número de calorías a consumir es calculado desde el módulo de administración en la aplicación por el nutriólogo, para esto necesita registrar al usuario y obtener datos personales como: talla, peso, edad, actividad física, sexo y si se presenta con alguna enfermedad crónica.



Ilustración 8. Agenda de citas.

En este apartado se permite al nutriólogo agenda de cita a los pacientes y así mismo enviarla a la base de datos para que el paciente posteriormente la visualice al acceder a la aplicación en el apartado de Citas. Esto evita la confusión de fechas entre nutriólogo y paciente, optimizando así diversos procesos realizados por el especialista.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

otorgando planes de alimentación al alcance económico del paciente y por temporada de alimentos para hacer menos difícil conseguirlos.



Ilustración 9. Nutri-Tips.

En la sección de Nutri-tips podemos observar una galería en forma automática donde se visualizan consejos otorgados por el nutriólogo, que ayuden al paciente al presentarse ante situaciones complicadas que pueden alterar su plan de alimentación. Por ejemplo si el paciente sale de vacaciones y desconoce los alimentos que puede consumir sin alterar su requerimiento calórico.



Ilustración 11. Plato del buen comer.

En el plato del buen comer identificamos la clasificación por colores de los grupos de alimentos así como la porción equivalente al plan nutricional. Los colores que se otorgan a cada grupo de alimento son establecidos por la Organización Mundial de la Salud, esto se realizó con el objetivo de familiarizar al usuario con el color que hace referencia a los alimentos y que este aprenda a identificar las porciones en su plan de alimenticio, así como en los productos que consume.



Ilustración 10. Agregar grupo de alimentos.

En este apartado se permite agregar una lista de alimentos de acuerdo al plato del buen comer, así mismo la porción adecuada a consumir por persona. Esta lista de alimentos estará en constante actualización y de esta forma se apoya al paciente



12. Plan nutricional.

Ilustración



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

El plan nutricional muestra los cinco tiempos de comida a realizar por el usuario de acuerdo al requerimiento calórico a consumir por día.



Ilustración 13. Ejemplo de un plan de alimentación basado en 2000 kcal.

En esta pantalla observamos el ejemplo de un plan de alimentación dependido del usuario, haciendo referencia al plato del buen comer y la porción que se debe consumir. Los círculos grandes se relacionan con el color del grupo de alimento, ubicados en el plato del buen comer; y los círculos pequeños indican el número de porciones que se puede consumir

Conclusión

La aplicación móvil da respuesta al reto de salud pública promoviendo una buena alimentación mediante estilos de vida saludables entre la población que garanticen el bienestar individual y comunitario; detectando oportunamente cualquier padecimiento independiente de la condición social o lugar de residencia. El impacto y contribución para la sociedad se presenta en el Centro de Salud de Actopan, Hidalgo con cuatro nutriólogos mismos que atienden a pacientes del programa

PROSPERA teniendo un registro de aproximadamente 800 familias matriculadas las cuales deben de asistir a consultas para la revisión médica estas son llamadas consultas a sanos y la otra es una consulta con el nutriólogo, donde se les hace seguimiento alimenticio y control del peso.

Se encontró que 100% de las personas encuestadas respondieron satisfactoriamente a la idea de una aplicación móvil que coadyuve a buen control de lo que come mediante el conocimiento de la ingesta calórica basada en una dieta de 2000 kcal propuesta por el Instituto Nacional de Nutrición. Por tanto DisAlim es una propuesta viable que se desarrolló con ese fin.

Los desarrollo tecnológicos para atender problema de la obesidad encontrados en la investigación muestran que el 100% de las personas encuestadas cree necesario implementar las TIC's que brinden información sobre el control de la ingesta de nutrimentos de una persona interesada en mejorar su alimentación y por ende tener el control de su peso.

El desarrollo del sistema muestra que tiene la capacidad de medir la ingesta calórica consumidas durante un día por persona, y mostrará un mensaje con los resultados.

El usuario puede consultar en el apartado su masa corporal al insertar su peso y su altura el sistema indicara su masa corporal; además de consultar dietas y recomendadas para una buena nutrición.



Figura 1.1. Documento de entrega del sistema DisAlim al centro de salud de Actopan Hgo



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Las encuestas realizadas para el diseño y desarrollo del Sistema de Control Nutrimental se encontró, que un 85% de las personas no está acostumbrado a llevar un control de lo que consume, que el 55% de las personas desconoce sobre uso y beneficios de las tablas de control nutrimental, y que el 40% de la personas consume más alimentos durante la cena. El Sitio web proporcionará tips acerca de las medidas que el usuario podrá tomar en cuenta para mejorar su estado de salud.

Se encontró que 100% de las personas encuestadas respondieron satisfactoriamente a la idea de un sitio web que coadyuve a buen control de lo que come mediante el conocimiento de la ingesta calórica basada en una dieta de 2000 kcal propuesta por el Instituto Nacional de Nutrición. Por tanto el Sistema de Control Nutrimental es una propuesta viable que se desarrolló con ese fin.

Los desarrollos tecnológicos para atender problema de la obesidad encontrados en la investigación muestran que el 100% de las personas encuestadas cree necesario implementar las TIC's que brinden información sobre el control de la ingesta de nutrimentos de una persona interesada en el control de su peso y por ende en su alimentación.

Las dietas propuestas en el Sistema de Control Nutrimental fueron avaladas y supervisadas por Nutriólogos y Especialistas en Tecnología de Alimentos. Lo que garantiza que la propuesta de dietas no representa un peligro para la sociedad en general.

El índice de Masa Corporal es un índice del peso de una persona en relación con su altura. A pesar de que no hace distinción entre los componentes grasos y no grasos de la masa corporal total, éste es el método más práctico para evaluar el grado de riesgo asociado con la obesidad.

El valor obtenido no es constante, sino que varía con la edad y el sexo. También depende de otros factores,

como las proporciones de tejidos muscular y adiposo. En el caso de los adultos se ha utilizado como uno de los recursos para evaluar su estado nutricional, de acuerdo con los valores propuestos por la Organización Mundial de la Salud.

Bibliografía

AMITI, (2010) Asociación Mexicana de la Industria de Tecnologías de Información y Comunicación Visión México 2020 Obtenido AMITI.

FMD. (2006). Fundación México Digital: Concepto de innovación y las tecnologías de información. Obtenido de FMD

Carrot, T. (2014). Nutritionlately. Obtenido de <http://nutritionlately.com>

INEGI. (2005). Estadísticas. Obtenido (2013) <http://www.inegi.org.mx/>

INEGI.(2006).Obtenidode<http://ensanut.insp.mx/informes/Hidalgo-OCT.pdf>.

Instituto, P. M. (2014). PMI. Obtenido de <http://www.pmi.org/>

ITU (2013). ITU News. Obtenido de <https://itunews.itu.int/es/3781-Lo-mas-destacado-de-Elmundo-en-2013-datos-y-cifras-relativos-a-lasTIC.note.aspx>

Salud, A. (2014). Alianza por la Salud.Obtenidode<http://alianzasalud.org.mx/2014/03/elpeo-de-la-obesidad-en-mexico/>

Salud, O. M. (Marzo de 2013). OMS. Obtenido de <http://www.who.int/features/factfiles/obesity/es/>



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Organización Mundial de Salud ,O.M.S (2014).OMS-
Recomendaciones México.Obtenido de
<http://www.paho.org/mex/>

ONU (2009).Organización de las Naciones
Unidas para la Alimentación y la Agricultura,
Dirección de Estadística, FAOSTAT,

Instituto Nacional de Nutrición, (1979 –
1987) fundación polar Hojas de Balance de
Alimentos. Caracas: INN



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Sistema para disminuir el efecto de las heladas

Área temática.

La innovación y la tecnología en el siglo XXI

Nombre completo de autor(es).

M.I.A. Salvador Tlapale Hernández ¹

M. en C. Ivan Jesus Sánchez Cuapio ²

Lic. Julián Conde Camacho ³

Ing. Josué Martín Carrasco Avendaño ⁴

Cuerpo Académico al que pertenece.

C.A. de Ingeniería Tecnológica

Institución de procedencia.

Universidad Tecnológica de Tlaxcala

Número(s) telefónico(s) y Correo(s) electrónico(s).

¹ 246 1385424 stlapale@uttlaxcala.edu.mx ²

246 1048594 ivan.sanchez@uttlaxcala.edu.mx

³ 246 1813832 jconde@uttlaxcala.edu.mx

⁴ 241 1215856 josuemartinca@yahoo.com



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Sistema para disminuir el efecto de las heladas

Resumen: El presente trabajo pretende disminuir el efecto que causa el fenómeno de la helada en cultivos que se realizan a cielo abierto, en este caso en estudio es una problemática que presenta el “Grupo de productores de duraznos selectos de Tlaxcala”, se trata de plantas de durazno de la especie “oro de Tlaxcala”, que se produce en la zona geográfica del oriente del estado de Tlaxcala y donde nominalmente se produce bajo las condiciones tradicionales, quedando a la deriva de los fenómenos climatológicos que se desarrollan de manera natural, para este caso se hace una innovación aplicado a un sistema denominado “laboratorios de genética”, donde se busca acondicionar el área de cultivo y que la intervención del cuerpo académico de Ingeniería Tecnológica consiste en la implementación de un sistema “mecatrónico antiheladas” bajo las teorías y objetivos de otras tecnologías, considerándose en este sistema dispositivos que sensan las variables, procesa y muestra bajo una interfaz gráfica el comportamiento de las mismas, así como, del registro de los datos para la toma de decisiones, acoplado un dispositivo que disperse el aire de una manera similar a la corriente que generan los ventiladores y los helicópteros, pero de una forma focalizada hacia el objetivo y que optimice el volumen de aire siendo eficiente en el uso de los recursos y eficaz en su desempeño.

Abstract: This paper aims to lessen the effect that causes the phenomenon of frost on crops grown in the open, in this case study is a problem that presents the "Group of producers of fine peaches of Tlaxcala", it is plants peach of the species "gold Tlaxcala", which is produced in the geographical area of eastern state of Tlaxcala and where nominally occurs under traditional conditions, leaving adrift of climatological phenomena that develop naturally, for this if an innovation applied to a system called "genetic laboratories", which seeks to condition the crop area and that the intervention of faculty of Technetronic engineering involves the implementation of a system, "frost mechatronics" under the theories and objectives is other technologies considered in this system devices *sensan* variables, processes *and* displays on a graphical interface behavior thereof, as well as the recording of data for decision making, coupling a device to disperse the air in a similar to the current generated by fans and helicopters, but in a targeted way towards the objective manner and optimize the volume of air being efficient in use of resources and effective in performance.

Palabras claves: Helada, sistema, variables.

Introducción

La evolución que ha experimentado el concepto de innovación, ha vivido diferentes etapas desde el solo hecho de adaptar diferentes tecnologías o el de crear nuevas tecnologías y después intentar encontrar mercados en los que la tecnología pudiera prosperar.

La mejora de los procesos en muchos de los casos resultaba demasiado costoso continuar utilizando este método para la innovación que funcionaba a base de pruebas y errores (W. Ulwick, 2006). Dadas las tasas de fallas cercanas al 90%, los gastos de investigación y desarrollo, y las fechas límite promedio para el logro de objetivos dieron la necesidad de un nuevo enfoque que se hacía evidente. Como consecuencia inevitable, las compañías comenzaron por adoptar ideas y principios asociados con el movimiento basado en el cliente, cuya premisa radica en que las compañías deben entender lo que sus clientes desean antes de invertir en la creación de un nuevo producto o servicio, este pensamiento basado en el cliente tiene raíces

profundas y se ha convertido en el mantra del mundo corporativo. Aunque han transcurrido 20 años del método basado en el cliente, las compañías siguen encontrando que de 50 a 90% de sus iniciativas de productos y servicios son fallas.

Dada la creciente importancia que ha adquirido la innovación en la economía global, resulta claro que se precisa un nuevo enfoque donde las compañías deben llevar la innovación al siguiente nivel, unos de los métodos que pueden tener menor incertidumbre en su desarrollo, es el “método basado en resultados” bajo tres principios.

1. los clientes compran productos y servicios que les ayudan a obtener la realización de tareas.
2. Los clientes utilizan un conjunto de mediciones (estimaciones del desempeño) para juzgar qué también se está realizando una tarea y como se desempeña un producto.
3. Las mediciones del cliente hacen posible la creación predecible y sistemática de productos y servicios innovadores.

En el caso en estudio, se determina que bajo un esquema tradicional el “Grupo de productores de duraznos selectos



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

de Tlaxcala” producen la especie de durazno denominado “oro” de la región oriente del estado de Tlaxcala, ha producido por al menos dos generaciones este producto con las expectativas de mejora, más sin en cambio no se tiene registro de cuales en su momento han sido aquellas causantes que han dado resultados benéficos en algunas temporadas y sobre todo no se tiene conocimiento del desarrollo en la genética del mismo, este trabajo permite en un primer escenario tomar los datos de las experiencias que de manera empírica han sido la referencia para determinar posibles mejoras en el producto y con la implementación de medios tecnológicos, generar los primeros indicios que permitirán tomar decisiones en las siguientes temporadas en relación al efecto que causa el fenómeno de la helada, ya que por su ubicación geográfica de la región, se manifiestan condiciones climáticas severas lo que en muchas ocasiones causa un efecto irreversible en el desarrollo del producto, causando pérdidas cuantificadas en millones de pesos por las extensas áreas de cultivo.

Teoría del dominio y trabajos previos

Los daños por helada pueden producirse casi en cualquier localidad, fuera de las zonas tropicales, donde la temperatura desciende por debajo del punto de fusión del agua (0 °C).

La cantidad de daño depende de la sensibilidad del cultivo a la congelación en el momento de producirse el evento y del tiempo que la temperatura está por debajo de la temperatura “crítica de daño” (Tc). Algunos países como Argentina, Australia, Canadá, entre otros han desarrollado técnicas de previsión de temperatura mínima (Bagdonas & Georg, 1978) para ayudar en la protección contra heladas. En gran medida, el potencial del daño por helada depende de las condiciones locales. Además, es difícil presentar una evaluación geográfica del daño potencial.

La longitud media del periodo libre de heladas, que se extiende desde la ocurrencia de la última temperatura bajo cero en la primavera hasta la primera en otoño, es a veces utilizada para caracterizar geográficamente el potencial de daño.

Un mapa mundial de la longitud media del periodo libre de heladas Figura 1 muestra claramente que el mayor potencial de daño por helada aumenta conforme nos movemos hacia los polos.

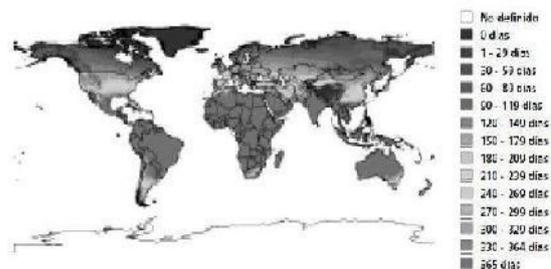


Figura 1. Mapa mundial de la longitud media del periodo libre de heladas. Fuente: Protección contra las heladas: Fundamentos, práctica y economía.

Únicamente a latitudes entre los trópicos de Cáncer y de Capricornio son áreas relativamente grandes con pocas o ningunas temperaturas bajo cero.

Las técnicas de protección contra heladas normalmente se dividen en métodos indirectos y directos, o en métodos pasivos y activos. Los métodos pasivos son los que actúan en términos de prevención, normalmente para un periodo largo de tiempo y cuyas acciones son particularmente beneficiosas cuando se producen las condiciones de helada (L Snyder & De Melo, 2010).

Los métodos activos son temporales y requieren intensamente energía o trabajo, o ambos. Los métodos de protección activa incluyen:

- Las estufas
- Los ventiladores
- Los helicópteros
- Los aspersores
- El riego de superficie
- El aislamiento con espumas y
- Las combinaciones de métodos

Ventiladores

Los ventiladores, figura 2 por si solos utilizan normalmente sólo de un 5% a un 10% del combustible consumido por un sistema de protección con estufas de petróleo. Sin embargo, la inversión inicial es alta (e.g. unos 20 000 \$ por máquina). Los ventiladores, en general, tienen unos requerimientos de mano de obra y unos costos de funcionamiento más bajos que otros métodos; especialmente los ventiladores eléctricos.

La mayoría de ventiladores empujan el aire casi horizontalmente para mezclar el aire más caliente de la parte superior en una inversión de temperatura con el aire más frío cercano a la superficie.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”



Figura 2. Ventilador agrícola. Fuente: <http://www.comercialgrande.com/sitemap/>

También, al nivel de micro escala, éstos rompen las capas límites sobre las superficies de las plantas, mejorando las transferencias de calor sensible desde el aire a las plantas. Sin embargo, antes de invertir en ventiladores, hay que estar seguro de que las inversiones entre 2 y 10 m de altura están por lo menos 1,5 °C o más en la mayoría de las noches de helada.

Cuando se instalan ventiladores eléctricos, normalmente las compañías eléctricas requieren al agricultor que pague unas cargas por “estar a punto”, que cubren los costos de instalación de la línea y su mantenimiento.

Las cargas por “estar a punto” se pagan independientemente de que los ventiladores se usen o no. Los ventiladores de combustión interna son más efectivos desde el punto de vista del costo, pero requieren más mano de obra. El ruido de los ventiladores es un problema grande para los agricultores con cultivos cerca de las poblaciones, y ello debería tenerse en cuenta al seleccionar un método de protección contra las heladas. Generalmente, se necesita un ventilador grande con 65 a 75 kW de potencia por cada 4,0 a 4,5 ha. El efecto sobre la temperatura disminuye aproximadamente con la inversa del cuadrado de la distancia desde la torre, con lo que un solapamiento de las áreas de protección favorecerá la protección. Los ventiladores, en general, consisten en una torre de acero con una gran hélice de dos hojas giratorias (3 a 6 m diámetro) cerca de la parte superior, colocadas sobre un eje inclinado unos 7° hacia abajo desde la horizontal en la dirección de la torre.

Normalmente, la altura de los ventiladores es de unos 10–11 metros, y giran a unas 590–600 rpm. También existen ventiladores con hélices de cuatro hojas. Cuando funciona un ventilador, extrae el aire de la parte superior y lo empuja con una ligera inclinación entre la torre y el suelo. El

ventilador también fluye hacia arriba el aire frío cercano a la superficie y el aire caliente por arriba y frío por debajo se mezclan. Al mismo tiempo que funciona el ventilador, la hélice gira alrededor de la torre con una vuelta cada tres, o hasta cinco, minutos. La cantidad de protección que se consigue depende de la fuerza de la inversión sin proteger. En general, el uso de los ventiladores provoca un aumento de la temperatura a 2,0 m de altura que equivale a un 30% de la fuerza de la inversión entre 2 y 10 m de altura en un cultivo sin proteger. Los ventiladores se ponen en marcha normalmente cuando la temperatura del aire alcanza los 0 °C. Los ventiladores no se recomiendan cuando hay viento superior a los 2,5ms-1 (8 kmh-1) o cuando hay una niebla súper enfriada que puede provocar daño a la hélice si se hielan sus hojas. Los ventiladores que empujan el aire caliente verticalmente hacia abajo desde la parte superior no son, en general, efectivos y pueden causar daño a las plantas cercanas a la torre. Existen y se han probado ventiladores, comercialmente disponibles, que empujan verticalmente el aire hacia arriba. Sin embargo, no existían investigaciones publicadas en el momento de preparación de este libro.

Helicópteros

Los helicópteros mueven el aire caliente desde la parte superior de la inversión de temperatura hacia la superficie más fría. El área que cubre un solo helicóptero depende de su tamaño y peso y de las condiciones meteorológicas. Se estima que el área que cubre un único helicóptero varía entre 22 y 44 ha. Las recomendaciones sobre la frecuencia de las pasadas varían entre 30 a 60 minutos, dependiendo de las condiciones meteorológicas. Si el tiempo entre las pasadas se alarga demasiado provoca que las plantas se enfríen y la agitación por el pase del helicóptero puede causar la nucleación heterogénea del hielo y provocar un daño grave. La nucleación heterogénea del hielo ocurre cuando el agua es súper enfriada (i.e. a la temperatura bajo 0 °C) y algunas materias foráneas o la agitación inicia la formación del hielo.





5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Figura 3. Helicóptero agrícola. Fuente: http://www.elmercurio.com/Campo/Especiales/heladas2016/05_preparaciondehuerto.aspx

En el caso de los helicópteros, la agitación puede causar la formación de hielo si los pases son demasiado poco frecuentes y la temperatura del tejido de las plantas baja demasiado.

La altura óptima de vuelo se sitúa normalmente entre los 20 y los 30 m, y las velocidades de vuelo van de los 8 a los 40 km h-1. Los pilotos, con frecuencia, cargan los tanques vaporizadores de los helicópteros con agua para aumentar el peso y aumentar el empuje.

Bajo condiciones de heladas severas con una inversión alta, un helicóptero puede volar sobre otro para favorecer la transferencia del calor hacia abajo. Para ayudar a los pilotos a saber dónde hay que realizar las pasadas, se utilizan luces controladas por un termostato en la parte superior de la copa de los árboles. En las laderas, la transferencia del calor se propaga pendiente abajo una vez ha alcanzado la superficie, por eso volar sobre la parte superior de la pendiente normalmente proporciona más protección. Los vuelos se detienen cuando la temperatura del aire contra el viento desde el cultivo ha subido por encima de la temperatura crítica de daño.

Metodología

Como antecedente del presente trabajo se tiene como referencia la acción de los ventiladores y helicópteros, estos utilizados como conceptos en el sector agrícola, los cuales pretenden generar corrientes de aire de forma horizontal en cultivos a cielo abierto a fin de provocar una inversión térmica entre las temperaturas que se desarrollan cerca del suelo y la más alta a la altura máxima del árbol, ya que el fenómeno de la helada se desarrolla cuando se cumplen las variables de baja temperatura (cerca a la de congelación 0°C), Humedad relativa alta (cerca a la saturación 100%), escasa corriente de aire (nula, 0 Km/h) y que las noches sean demasiado largas (época de invierno), para este caso en específico se pretende trabajar sobre las variables de temperatura, humedad y velocidad del viento que desarrollan en áreas abiertas, para esto se han construido tres laboratorios de prueba, con unas dimensiones de 50 metros por 50 metros y que se pretenden acondicionar con un sistema que incluya la medición de las variables, la adquisición de los datos, el procesamiento de los datos, el envío de señal para que actúe el sistema de aspersión de aire, el envío vía remota de la información a la computadora

de control, la visualización grafica del desarrollos de las variables y el almacenamiento de la información, los laboratorios se han establecido de manera estratégica en las regiones del estado de Tlaxcala ya que en este mismo se desarrollan diferentes ambientes de clima, Figura 4, estos están situados dentro de las instalaciones de la (1)Universidad Tecnológica de Tlaxcala, (2) el Instituto Tecnológico del Altiplano y en la población de (3)Concepción Hidalgo, todos correspondientes al estado de Tlaxcala.



Figura 4. Mapa de climas del estado de Tlaxcala y ubicación de los laboratorios de prueba. Fuente: <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/tlax/territorio/clima.aspx?tema=me&e=29>

Inicialmente se desarrollo un sistema embebido, figura 5 que permitiera la detección, el procesamiento, la visualización y el almacenamiento de la temperatura y la humedad.



Figura 5. Sistema embebido para registro de temperatura y Humedad. Fuente: C.A. de Ingeniería Tecnológica

Se tiene como sistema de referencia la estación meteorológica de la misma Universidad Tecnológica de Tlaxcala, figura 6.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”



Figura 6. Referencia sobre la generación de datos de la temperatura y humedad, estación UTT. Fuente: <http://www.uttlaxcala.edu.mx/>

Sirviendo en consecuencia para la validación del instrumento diseñado para este caso, en la figura 7 se tiene la tarjeta conectada a la computadora para el registro de la información que envía el dispositivo sensor a la tarjeta y que mediante las instrucciones establecidas en el dispositivo microcontrolador, se procesan y comparan con respecto a los parámetros establecidos de temperatura y humedad.

Este sistema principalmente contiene un dispositivo microcontrolador, para generar registros utilizando un pic 18F4550 y un sensor DHT11 ya que proporciona señales digitales en base a las señales de temperatura y humedad.

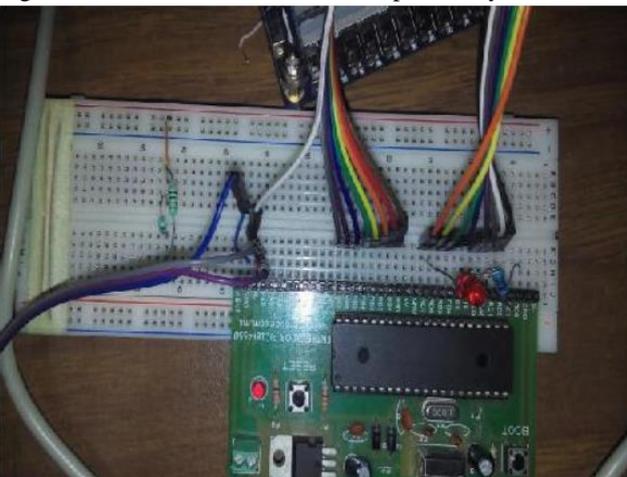


Figura 7. Sistema embebido con el pic 18F4550. Fuente: C.A. de Ingeniería Tecnológica

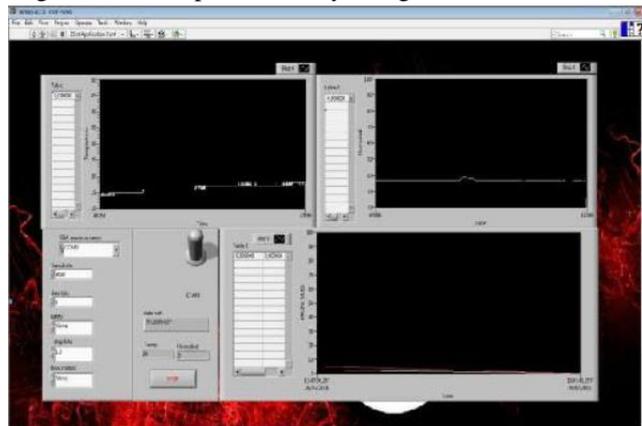
Como parte del sistema, se realizó la instalación del sensor en el exterior, figura 8, en un área donde se tiene la influencia del desarrollo del clima, para la detección de las variable temperatura se utilizó el sensor DHT11, figura 4, ya que este dispositivo requiere de una fuente de alimentación de 5V, se dispuso de una fuente de energía

autónoma (sistema fotovoltaico) para hacerlo relativamente sustentable y ya que en condiciones de trabajo se debe colocar en lugares en donde en ocasiones no existe como tal un suministro de energía eléctrica de la red que suministra Comisión Federal de Electricidad.



Figura 8. Colocación del sensor con la alimentación de energía fotovoltaica. Fuente: C.A. de Ingeniería Tecnológica

Para el registro y la visualización de las variables se realizó una interfaz gráfica soportada bajo un software de instrumentación virtual, figura 9, donde se puede generar la gráfica de comportamiento y el registro de datos.



Como parte complementaria del sistema, se caracterizó un difusor que permitirá generar una corriente de aire, figura 10, lo que no permite que se cumplan las condiciones para manifestarse el fenómeno de la helada, comprobándose distancia de alcance de la presión y diámetro de influencia, tomando como referencia la altura de 3 metros promedio que alcanza un árbol y su diámetro de 2 metros entre sus ramas.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”



Figura 10. Caracterización del difusor. Fuente: C.A. de Ingeniería Tecnológica

Como parte de los registros del sistema se tienen los siguientes datos de los cuales se construye la tabla 1, cabe señalar que los registros se tratan de un monitoreo realizado con un sistema embebido, instalado al interior de la Universidad Tecnológica de Tlaxcala, ubicada en el Carmen Xalpatlahuaya de la ciudad de Huamantla, Tlaxcala, a 2,471.31 msnm, en las coordenadas geográficas 19° 25' 44.17167" latitud norte y 97° 58' 14.57959" longitud oeste. Se indican principalmente los registros de los días donde la temperatura alcanzó valores cercanos a los de congelación, reflejándose los valores de saturación de la humedad relativa, manifestándose heladas los días 10, 11 y 15 de febrero del 2016 y en un periodo de tiempo de las 05:00 a 07:00 horas

Tabla 1. Registro de datos de las variables temperatura y humedad, donde se resalta la manifestación de helada.

| | 10/02/2016 | | 11/02/2016 | | 12/02/2016 | | 13/02/2016 | | 14/02/2016 | | 15/02/2016 | | 16/02/2016 | |
|---------------|------------|-----|------------|----|------------|----|------------|-----|------------|-----|------------|-----|------------|----|
| HH:MM | TEMP | HR | TEMP | HR | TEMP | HR | TEMP | HR | TEMP | HR | TEMP | HR | TEMP | HR |
| 12:00:00 a.m. | 5.7 | 89 | 4.8 | 70 | 5.9 | 65 | 8.6 | 74 | 7.8 | 61 | 4.9 | 85 | 7.6 | 64 |
| 01:00:00 a.m. | 3.9 | 91 | 3.5 | 78 | 4.8 | 67 | 7.3 | 79 | 6.9 | 64 | 3.9 | 90 | 6.6 | 66 |
| 02:00:00 a.m. | 3.3 | 98 | 3.2 | 82 | 4.2 | 68 | 6.5 | 85 | 6.3 | 69 | 3.2 | 96 | 5.8 | 68 |
| 03:00:00 a.m. | 2 | 100 | 2.4 | 87 | 4.9 | 67 | 5.4 | 90 | 5.2 | 70 | 2.5 | 99 | 5.3 | 70 |
| 04:00:00 a.m. | 1.5 | 100 | 2.3 | 90 | 4.6 | 70 | 5.6 | 92 | 5.9 | 78 | 1.6 | 100 | 4.6 | 72 |
| 05:00:00 a.m. | 0.6 | 100 | 2.1 | 94 | 3.8 | 72 | 5 | 98 | 4.9 | 80 | 1.2 | 100 | 3.7 | 77 |
| 06:00:00 a.m. | 0.9 | 100 | 0.9 | 95 | 3.1 | 80 | 4 | 100 | 6.1 | 99 | 1.3 | 100 | 2.9 | 81 |
| 07:00:00 a.m. | 1.7 | 100 | 0.1 | 98 | 3.1 | 84 | 3.3 | 100 | 6.5 | 100 | 1.5 | 100 | 3.4 | 80 |
| 08:00:00 a.m. | 6.3 | 92 | 5 | 78 | 7.2 | 71 | 8.6 | 95 | 7.8 | 86 | 5.6 | 85 | 7 | 69 |
| 09:00:00 a.m. | 12.5 | 62 | 11.5 | 53 | 13.2 | 61 | 13.9 | 72 | 10.7 | 68 | 11.6 | 63 | 10.2 | 59 |

Fuente: C.A. de Ingeniería Tecnológica

Como referencia del desempeño del sistema, se tiene la figura 11, donde se visualiza de manera importante que nominalmente se desarrollan temperaturas bajas en el área geográfica del Carmen Xalpatlahuaya, además de que el

sistema mantienen la misma tendencia en cuanto al de la estación climatológica.

Gráficas del clima de El Carmen Xalpatlahuaya - 7 Días

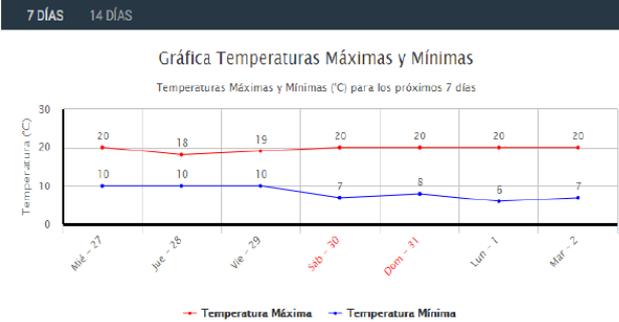


Figura 11, valores de temperatura que habitualmente se desarrollan en el área donde se propone la instalación del sistema.

Fuente:

http://www.meteored.mx/meteorogramas/7/clima_El+Carmen+Xalpatlahuaya-America+Norte-Mexico-Tlaxcala--174196.html

Como parte de la caracterización del difusor de aire, se tienen los datos mostrados en la tabla 2, donde se muestra el comportamiento de la velocidad del viento generado por una presión constante de 30 lb/in², donde se fue variando la distancia para determinar el radio de influencia.

Tabla 2. Caracterización del difusor.

| DISTANCIA | RADIO | VELOCIDAD | PRESION |
|-----------|-------|-----------|-----------------------|
| 60 cm | 20 cm | 3.8 km/h | 30 lb/in ² |
| 80 cm | 30 cm | 3.3 km/h | 30 lb/in ² |
| 1 m | 35 cm | 3.0 km/h | 30 lb/in ² |
| 1.2 m | 45 cm | 2.4 Km/h | 30 lb/in ² |
| 1.4 m | 50 cm | 2.0 Km/h | 30 lb/in ² |
| 1.6 m | 60 cm | 1.4 Km/h | 30 lb/in ² |
| 1.8 m | 60 cm | 1.0 Km/h | 30 lb/in ² |
| 2 m | 60 cm | 0.4 Km/h | 30 lb/in ² |

Fuente: C.A. de Ingeniería Tecnológica

Discusión

El sistema propuesto, pretende en un primer plano, disminuir el efecto de la helada en plantas de durazno cultivadas a cielo abierto, tomando como referencia el efecto de los sistemas de ventilación y helicópteros, aunque el sistema propuesto tiene un consumo inferior de



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

energéticos ya que toma decisiones a partir de los datos que el mismo genera y que derivado del intervalo en que estos se generen, se tomara la decisión de actuar o no aún sin el control directo del ser humano y que al racionar el aire que se provee por el difusor del sistema, se puede conseguir ser más eficiente y eficaz en sus desempeño, esto aunado a continuar con la generación de datos para servir como referencia de los etapas de desarrollo de la planta y además de continuar con la validación del sistema con referencia a la estación climatológica de la UTT y en su defecto el seguir con la generación de información a fin de tomar las decisiones adecuadas con el propósito de optimizar los recursos y el mismo sistema.

Conclusiones y trabajos futuros

Como se estableció en propósito de este trabajo, se considera que el fenómeno de la helada se puede ver disminuido por el sistema propuesto ya que se han tenido resultados de la detección de los valores de las variables que dan lugar al desarrollo de este, lo que disminuye la incertidumbre de ocurrencia, ya que inicialmente no se tenían registros y solo se pronosticaba en base a la experiencia tomándose acciones de manera tradicional como el de quema de llantas que de alguna manera incrementan la contaminación ambiental, esto en el mejor de los casos más sin en cambio si no se tiene la suficiente experiencia, es inevitable el efecto sobre los frutos y como consecuencia la perdida de las inversiones lo que resulta fatal para las familias que dependen directamente de este producto, en este caso al tener en funcionamiento el sistema en todo momento y no obstante que el fenómeno se pueda desarrollar en cualquier época del año, este alertará y pondrá en función para contrarrestar el efecto sobre el producto, además de generar la información de manera oportuna y ya que el sistema está desarrollado en un ambiente de fácil uso e interpretación por el usuario y que además se puede tener una alerta en un dispositivo a distancia, sin que el usuario tenga que estar pendiente durante todos los días y en todas horas, lo que trae bienestar a los productores y contribuye al desarrollo del sector agrícola dedicado a la producción de durazno.

Por otra parte se desarrollan proyectos paralelos que fortalecen a este para que su funcionalidad sea segura, de tal manera que se pueda validar su funcionamiento con carácter de patente y comercializarse.

Algunos de los trabajos futuros que se desarrollan son:

1. Aseguramiento de la transmisión de la información ya que pueden existir factores externos que

pueden alterar el envío y hacer funcionar el sistema sin que existan las condiciones que lo ameriten.

2. Conocimiento del desarrollo de la inversión térmica mediante la instrumentación necesaria para conocer las variantes del fenómeno de la helada de acuerdo a su desarrollo.

3. Hacer que el sistema sea autosustentable en el consumo de energía eléctrica o al menos disminuirlo de tal manera que no se vea reflejado en la facturación de manera importante y la disminución de las utilidades en la venta del producto.

Bibliografía

- Bagdonas, A., & Georg, J. (1978). *Techniques of frost prediction and methods of frost and cold protection*. Switzerland: National Library of Australia.
- L Snyder, R., & De Melo, J. (2010). *Protección contra las heladas: fundamentos, práctica y economía*. Italia: Fiat Panis.
- W. Ulwick, A. (2006). *Ofresca a sus clientes lo que desean*. México: Mc Graw Hill.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Energía Cinética para Cargar Celulares

Área Temática: La innovación y la tecnología del siglo XXI

Autores: Fabiola Raquel Gutiérrez Cruz, Cristian Rodrigo Polo de la Cruz

Coautor: Alicia Guzmán Medina

Institución: Universidad Tecnológica de Tecámac, Estado de México

Km 37.5 Carretera Federal México Pachuca, Col.Sierra Hermosa Tecámac, Estado de

México C.P.55740, Teléfono (55)5-93-8-84-60, 044(55)75-10-75-17, 044(55)32-29-49-77

fabiolaraquell@hotmail.com.cristianpolo_de@hotmail.com.aguzmanm@uttecacmac.edu.mx



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Energía Cinética para Cargar Celulares

Resumen: *En la actualidad el mayor consumidor de energía nacional en México es la industria que gasta aproximadamente el 60 por ciento de toda la electricidad que se usa en el país, seguido por el sector residencial con un 26 por ciento. Estas cifras van en ascenso, se estima que para el año 2024 el consumo nacional de energía eléctrica se elevará más del doble de lo que usamos hace 5 años, debido al crecimiento de la población y la demanda del sector industrial. Desde el punto de vista energético, el consumo en países en desarrollo continuará creciendo, como resultado del proceso de maduración de su economía.*

Estamos en la era de los dispositivos electrónicos, entre tantos está el uso del teléfono celular, el total de usuarios a escala nacional es de 103.6 millones, con una penetración de 87 suscripciones por cada 100 habitantes, de los jóvenes de entre 12 y 17 años de edad, el 78% usan teléfonos celulares y casi la mitad de esos aparatos tienen acceso a la internet, una cifra que tiende a crecer y que está cambiando la manera en que los jóvenes se conectan a la red mundial y todos estos celulares permanecen encendidos por periodos prolongados debido a la necesidad del hombre por estar comunicado, estos dispositivos móviles dependen de una batería la cual no dura mucho por el uso constante del dispositivo. Sin embargo el suministro de energía está restringido al uso de la red eléctrica convencional. Por lo que se vuelve necesario un suministro de energía alterno, energías renovables.

En base a esto Kinetic Systems desarrollado por un grupo de estudiantes de la carrera de Desarrollo de Negocios y Energías Renovables de la Universidad Tecnológica de Tecámac diseña sistemas que aprovechen la energía cinética generada por el caminar, correr, trotar u otras actividades físicas desempeñadas por el usuario, para así, generar energía eléctrica que permita dotar de carga a los dispositivos móviles, para que el usuario no pierda nunca la comunicación que hoy en día es tan esencial y disminuyendo el daño al medio ambiente por el uso excesivo de energía eléctrica

Con la creación de dispositivos en forma de pulsera portable y ergonómica (que funciona principalmente con el movimiento del cuerpo humano) la cual por medio de una conversión cinética podrá producir energía eléctrica que ésta a su vez se almacenara en una batería, para conectarle un dispositivo móvil que necesite recarga, así el usuario tendrá su propia fuente de alimentación de energía limpia.

Abstract: *At present the largest consumer of domestic energy in Mexico is the industry that spends about 60 percent of all electricity used in the country, followed by the residential sector with 26 percent. These figures are rising, it is estimated that by 2024 the national consumption of electricity will rise more than double what we used 5 years ago, due to population growth and industrial sector demand. From the energy point of view, consumption in developing countries will continue to grow, as a result of the maturing process of its economy. We are in the era of electronic devices, among them is the use of cell phones, the total number of users nationwide is 103.6 million, with a penetration of 87 subscriptions per 100 inhabitants, young people between 12 and 17 years 78% use cell phones and almost half of those devices have access to the internet, a figure that tends to grow and is changing the way young people connect to the global network and all these phones remain on For prolonged periods due to the man's need to be communicated, these mobile devices depend on a battery which does not last long because of the constant use of the device. However, the power supply is restricted to the use of the conventional power grid. So it becomes necessary a supply of alternative energy, renewable energies.*

Based on this, Kinetic Systems developed by a group of students of the Business Development and Renewable Energies career at the Technological University of Tecámac designs systems that take advantage of the kinetic energy generated by walking, running, jogging or other physical activities performed by the User, to generate



5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

electrical energy that allows the mobile devices to be charged, so that the user never loses the communication that is so essential today and decreasing the damage to the environment due to the excessive use of electric energy.

With the creation of devices in the form of a portable and ergonomic bracelet (which works mainly with the movement of the human body) which by means of a kinetic conversion can produce electrical energy that in turn was stored in a battery, to connect a device Mobile device that needs recharging, so the user will have their own clean power supply.

Palabras Clave: Energía, Renovable, Carga, Cinético e Innovación.

Teoría del dominio y trabajos previos

El proyecto energía cinética para cargar celulares pretende aportar información a la sociedad en relación con la siguiente pregunta: ¿Cómo el uso de la energía eléctrica convencional para cargar teléfonos celulares afecta al medio ambiente? Los antecedentes descritos en los siguientes párrafos dan sustento al planteamiento del problema de la presente investigación.

El uso de la energía eléctrica en exceso está causando graves problemas al medio ambiente, problemas que aumentan con el desarrollo de la sociedad, en los últimos años el ser humano se ha concentrado en grandes ciudades para vivir, estas ciudades necesitan un gran consumo de energía para su mantenimiento, y con la llegada del teléfono celular el problema va en aumento, estudios han demostrado que para cargar un Smart phone al año se consume 3,65 kW (si lo cargas 2 horas al día) y en México hay 122, 300, 000 habitantes con teléfono celular, 57 habitantes por Km² lo que significa que al año en México se consume 44, 639, 500,000 kW, y esto si la persona solo cargara su celular una vez al día por solo dos horas, pero esto no es así, en promedio una persona carga su celular hasta 3 veces al día, además de que las personas a veces tienen la mala costumbre de dejar el cargador conectado aunque el celular no esté enchufado, por este hecho se consume por persona al año 1,168 kW esto si se tiene enchufado 16 horas, aunque sabemos que hay personas que lo tienen enchufado por las 24 horas, igual hay

personas que se duermen y dejan cargando el celular por la noche, el celular tarda en cargarse completamente 2 horas y la persona se duerme de 6 a 7 horas lo que da un consumo total por persona al año de 0,438 kW (si se deja por 6 horas). Para la generación de energía eléctrica en el mundo depende principalmente de combustibles fósiles, el 63.7% de la electricidad se produjo en centrales Térmicas (con combustión de derivados del petróleo, gas natural y carbón), el 17.2% en centrales nucleares, 17.5% en hidroeléctricas y 1.6% mediante otras fuentes de energía (IEA, 2001). En ese mismo año, el principal energético utilizado para la generación eléctrica fue el carbón con 38.1%, seguido del gas natural con 17.1% y los derivados del petróleo con 8.5%. Se espera que en año 2020 la participación del gas natural se incremente a escala mundial en un 26.5% y que la participación del carbón y de la energía nuclear se reduzca en un 31.7% y 12.2%, respectivamente.

Uno de los inconvenientes del uso de combustibles fósiles son las emisiones contaminantes locales y de gases de efecto invernadero, principalmente el bióxido de carbono (CO₂). Entre los principales contaminantes emitidos por el uso de dichas energéticas tenemos a las: óxidos de nitrógeno (NO_x), el bióxido de azufre (SO₂), el monóxido de carbono (CO), los hidrocarburos no quemados (HC) y las partículas suspendidas. Otro problema ambiental relacionado con la generación de electricidad es la lluvia ácida. Los principales compuestos relacionados con la formación de lluvia ácida son el SO₂ y los NO_x. Dichos compuestos reaccionan en las nubes formando una mezcla de ácido sulfúrico (H₂SO₄) y ácido nítrico (HNO₃), los cuales se precipitan a través de la



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

lluvia y nieve. También se deposita acidez en la superficie en forma de partículas secas que en contacto con la lluvia originan un medio corrosivo. El surgimiento de las energías renovables es un inicio del cambio necesario para el cuidado del medio ambiente por medio de la utilización de energía limpia, las fuentes renovables de energía hidráulica, geotérmica, biomasa, solar y eólica juegan ahora un importante y creciente papel en la matriz energética del país, con esto han empezado a nacer nuevas empresas dedicadas a la elaboración y distribución de energía limpia, entre estas empresas nace Kinetic Systems, una alianza entre dos carreras de la Universidad Tecnológica de Tecámac, la cual se dedica a crear dispositivos que realicen energía de manera limpia para poder disminuir el daño al planeta causado por el uso de la energía eléctrica convencional.

Subsecciones

La siguiente tabla (figura 1) muestra el consumo de energía eléctrica en el municipio de Tecámac (INEGI, 2010), El consumo de energía eléctrica crece de forma rápida, ya que sabemos que hoy en día la es fundamental, el incremento de energía eléctrica fue de un 58.3% para los meses de Enero y Diciembre, ya que en la época de navidad el consumo de energía es mayor, contemplando dentro de ésta la carga de un teléfono celular (INEGI, 2010)

Un año, en el municipio de Tecámac.

| CONSUMO DE ENERGI A EN UN AÑO | |
|-------------------------------|---------------------|
| PERIODO | CONSUMO DE ENERGI A |
| ENERO | 364579 |
| FEBRERO | 393745.32 |
| MARZO | 492181.65 |
| ABRIL | 639836.145 |
| MAYO | 895770.603 |
| JUNIO | 1612387.085 |
| JULIO | 2902296.754 |
| AGOSTO | 3627870.942 |
| SEPTIEMBRE | 4534838.678 |
| OCTUBRE | 7709225.752 |
| NOVIEMBRE | 9636532.19 |
| DICIEMBRE | 18791237.77 |
| SUMA TOTAL | 51600501.89 |

(Figura 1) Datos de consumo de energía eléctrica durante



(Figura 2) Grafica de datos estadísticos de consumo de energía eléctrica durante un año en el municipio de Tecámac

Nos basamos en el consumo de energía eléctrica, esto para verificar que dicho consumo va en incremento de acuerdo a la población, de dicho municipio.



5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Metodología

Cargos por energía consumida

| | | |
|--------------------|---------|---|
| Consumo básico | \$0.793 | Por cada uno de los primeros 75 kilowatts-hora |
| Consumo intermedio | \$0.956 | Por cada uno de los siguientes 65 kilowatts-hora |
| Consumo excedente | \$2.802 | Por cada kilowatt-hora adicional a los anteriores |

Figura 3: Cargos por energía consumida en el municipio de Tecámac (CFE, 2016)

Como ya se había mencionado antes, al cargar un teléfono celular por 2 horas gastas aproximadamente 3, 65 kilowatts, más el uso de los demás aparatos electrodomésticos aproximadamente un mexicano gasta al mes un total de \$171 (Ruiz, 2016).

En base a esto Kinetic Systems desarrollado por un grupo de estudiantes de la carrera de Desarrollo de Negocios y Energías Renovables de la Universidad Tecnológica de Tecámac diseña sistemas que aprovechen la energía cinética generada por el caminar, correr, trotar u otras actividades físicas desempeñadas por el usuario, para así, generar energía eléctrica que permita dotar de carga a los dispositivos móviles, para que el usuario no pierda nunca la comunicación que hoy en día es tan esencial y disminuyendo el daño al medio ambiente por el uso excesivo de energía eléctrica.

Con la creación de dispositivos en forma de pulsera portable y ergonómica (que funciona principalmente con el movimiento del cuerpo humano) la cual por medio de una conversión cinética podrá producir energía eléctrica que ésta a su vez se almacenara en una batería, para conectarle un dispositivo móvil que necesite recarga, así el usuario tendrá su propia fuente de alimentación de energía limpia.

Kinetic Systems tiene como finalidad disminuir el consumo de energía eléctrica, esto se logrará a través de nuestro producto que tiene la función de

convertir la energía cinética en energía eléctrica, la conversión se logra a través de imanes de Neodimio.

Resultados

Kinetic Systems, esta nueva empresa se dedica a elaborar pulseras generadoras de energía eléctrica usando como base la generación de energía cinética provocada por el movimiento constante del cuerpo humano, esta pulsera sirve como cargador para los teléfonos celulares, una vez cargada la batería de la pulsera se podrá conectar tu celular y de esta manera se logrará disminuir la contaminación causada por el uso en exceso de la energía eléctrica convencional por el constante uso de los teléfonos celulares. Los sistemas que aprovechan la energía cinética del cuerpo son dinamos, inductores y placas de presión. Los sistemas que aprovechan la energía calorífica del cuerpo son las placas o células peltier.

Descripción del prototipo

El dispositivo prototipo que se está construyendo es un mecanismo en forma de pulsera que funciona principalmente con el movimiento de los brazos, además de que será ajustable para distintas partes del cuerpo, acorde a la actividad que se está realizando en el momento para producir energía eléctrica que esta a su vez se almacenara en una batería, para conectarle un dispositivo móvil que necesite recarga, fomentando el movimiento del cuerpo por medio del deporte y actividades cotidianas, generando energía eléctrica, con esto lograremos disminuir un 15% en el consumo mensual de energía eléctrica, en los habitantes del Municipio de Tecámac.

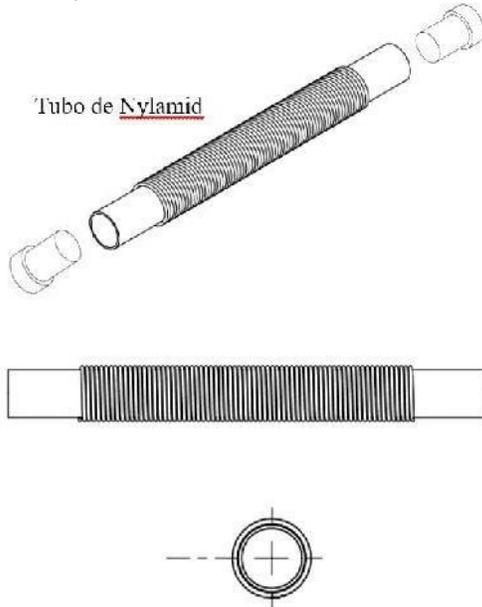
El prototipo tiene forma cuadrada, donde en medio lleva un tubo de nylamid embobinado, en su interior tiene un imán de neodimio, cuenta con capacitores, resistencias, diodos y amplificadores operacionales (montados en circuito impreso), en la parte superior estará una batería de litio que se cargara a través del movimiento del imán de



5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

neodimio a través de su sección longitudinal del tubo de nylamid, haciendo la función de un dínamo.



Discusión

En conclusión con lo antes mencionado, sabemos que hoy en día el consumo de energía eléctrica crece conforme al número de población del municipio, Kinetic Systems pretende producir energía eléctrica limpia, con la conversión de energía cinética, en energía eléctrica. Dentro de los últimos años han existido varios proyectos que intentan reducir dicho consumo, teniendo un logro un tanto impresionante, pero así como disminuyen el consumo, la contaminación por los materiales utilizados es de diferente manera, así como la sobre explotación de recursos no renovables, una de las alternativas más actuales es el uso de derivados del petróleo como el diésel, este es obtenido por medio de la destilación del petróleo, es un sustento muy factible en el consumo de petróleo en cuanto al consumo de la gasolina, pero el diésel al ser consumido por un vehículo, es procesado y tiende a contaminar a la atmosfera ya que el motor de un carro quema el diésel provocando un gas oloroso, y que tiene un cierto daño ya que esto ayuda más a la contaminación del aire.

Recolección de información

Por medio de esta investigación de mercado pretendemos conocer cuántas personas estarían dispuestas a comprar el producto, sus preferencias en cuanto a diseño y composición de cargadores portátiles, qué tan activo es su estilo de vida, cuanto interés hay por el cuidado del medio ambiente y cuánto pagaría por un cargador portátil. Con esta información podremos evaluar la demanda y se podrán hacer análisis en base a comparaciones de la competencia. A partir de esto pudimos sacar precios competitivos en comparación con otros dispositivos de carga rápida, pudimos sacar conclusiones cuantitativas en cuanto a las preferencias que tiene el consumidor en cuanto al diseño y contenido de un cargador portátil para que de esta manera logramos ver la forma de satisfacer correctamente sus necesidades.

Tipo de muestreo

Se utilizó el método de Muestreo aleatorio sistemático, ya que es un tipo de muestreo aleatorio simple en el que los elementos se seleccionaron según un patrón que se inicia con una elección aleatoria.

El muestreo que se realizó necesitó de un patrón para poder determinar que parte de la población se encuentra en el municipio de Tecámac, con la finalidad de hacer inferencias sobre nuestro producto.

Tomaremos en cuenta los criterios siguientes:

- Jóvenes de entre 15 a 27 años de edad
- Nivel socioeconómico C+, C, AB
- Que realicen alguna actividad física
- Que tengan teléfono celular
- Que vivan en el municipio de Tecámac



5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Selección de la muestra

$$n = \frac{N \cdot o^2 \cdot z^2}{(N-1) \cdot e^2 + o^2 \cdot z^2}$$

Donde:

N= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

O= Desviación estándar = 0.5

Z= Valor de confianza = 99% (2058) E=

Limite aceptable de error= 9% (0.09) n=

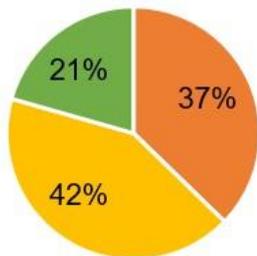
$$\frac{(145467) (0.5)^2 (2.58)^2}{(145467 - 1) (0.09)^2 + (0.05)^2 (2.58)^2}$$

$$n = 204.24$$

De una muestra de 204 se pudo recolectar la siguiente información:

Presentación de los resultados

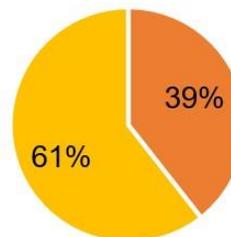
1. ¿Cuántas veces al día cargas la batería de tu celular?



■ a) 1 ■ b) 2 ■ c) 3 o más veces

De acuerdo a la gráfica mostrada se puede observar que el 42% de la población en Tecámác carga 2 veces su celular al día, mientras que el 37% lo llega a cargar hasta 3 o más veces al día, con esto nos podemos dar cuenta que es necesaria una alternativa para carga energética.

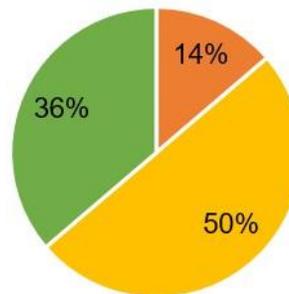
2. ¿Realizas alguna actividad física?



■ a) Sí ■ b) No

Dentro de los habitantes de Tecámác nos dimos cuenta que hay un gran número de personas sin hacer alguna actividad física, pero aun así Tecámác es el municipio con más alto índice de personas que hacen ejercicio comparado con Ecatepec y Zumpango.

7. ¿Qué es lo que pedirías en un cargador portátil?



■ a) Que sea pequeño
■ b) Que cargue rápido el celular
■ c) Que cargue rápido el cargador

Con esto nos pudimos dar cuenta que la prioridad de las personas encuestadas es la rapidez, en la actualidad las personas de lo que menos disfrutan

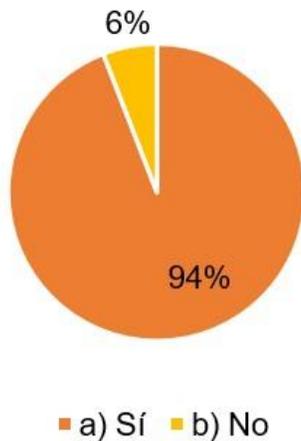


5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

es de tiempo libre, es por eso que surgen tantos productos instantáneos, la pulsera de la que hemos venido hablando tarda en cargar el celular 20 minutos aproximadamente, 6 veces más rápido que un cargador convencional, y tarda en cargarse la batería con el movimiento un aproximado de 30 minutos.

8. ¿Si tuvieras un dispositivo portátil que te brindara energía para tu celular en cualquier lugar donde estés sin necesidad de ocupar enchufes, lo comprarías?



De acuerdo a la investigación de mercados el 94% de los encuestados estarían dispuestos a comprar el producto que se ofrece.

Conclusiones y trabajos futuros De acuerdo con lo antes mencionado, se ha llegado a la conclusión de que México es una de las industrias que gasta el 60% de la electricidad usada en el país, para años venideros esta cifra va en aumento.

Cabe mencionar que lo que se pretende con este proyecto, es generar un dispositivo que genera energía limpia, esto porque en investigaciones previas nos hemos percatado del daño que genera la energía eléctrica.

Las tablas y gráficos que aquí se manejan, se colocaron con la finalidad de que el lector tuviera un conocimiento más amplio acerca de lo que se está hablando. Esto puesto que manejar el incremento que tiene la electricidad no es tan fácil, es por ello que estos incrementos se llevan a través de una tabla.

Este dispositivo pretende reducir en un 15% el consumo mensual de energía eléctrica, de los habitantes del municipio de Tecámac. De esta manera podremos contribuir con cuidado del medio ambiente, porque reduciremos el índice de contaminación.

Bibliografía

CFE. (Agosto de 2016). *CFE*. Obtenido de CFE: http://app.cfe.gob.mx/Aplicaciones/CCF/E/Tarifas/Tarifas/Tarifas_casa.asp?Tarifa=DACTAR1&anio=2016

INEGI. (2010). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y GEOGRAFIA* . Recuperado el 25 de MAYO de 2016, de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=15>

Ruiz, J. (08 de Febrero de 2016). *El Financiero*. Obtenido de El Financiero: <http://www.elfinanciero.com.mx/opinion/la-luz-cuesta-171-pesos-mensuales.html>



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Análisis ABC: propuesta para el aumento de productividad en un CEDIS

Autores

Ing. David Velázquez Trejo (dvt_1990@hotmail.com)

M. en C. Verónica Velázquez Romero (ing_ind_amb@hotmail.com) Dr.

Rogel Fernando Retes Mantilla (retes1123@hotmail.com)

Cuerpo Académico en Innovación y Desarrollo Empresarial

Institución

Tecnológico de Estudios Superiores de Coacalco
Av. 16 de septiembre No. 54 Col. Cabecera Municipal, Coacalco de
Berriozábal, Estado de México Tel,
21594324, ext. 150



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Análisis ABC: propuesta para el aumento de productividad en un CEDIS

Resumen: *La globalización es un proceso económico, tecnológico, político y cultural a escala mundial que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo uniendo sus mercados, sociedades y culturas a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les da un carácter global, debido a todas estas transformaciones este paper presenta la importancia de cumplir con los estándares que exigen los nuevos mercados, estar a la vanguardia tecnológicamente y cumplir con la demanda creciente en el mercado.*

Se analiza una propuesta encaminada a hacer que la productividad crezca en un almacén en un Centro de Distribución dedicado al abastecimiento de autopartes en el mercado nacional e internacional (Centroamérica y Sudamérica).

En el almacén, para cumplir con el proceso de surtido de las órdenes, pasan por un sistema de surtido tipo picking, actividad descrita en el paper, beneficios y desventajas, así como también el cómo hacer más eficiente este tipo de surtido por medio de una redistribución en el almacén, utilizando el análisis ABC. Utilizando una metodología de tipo descriptiva se pretende dar una descripción de la situación en el CEDIS, evaluando los diversos aspectos que influyen en la aplicación de la metodología ABC en la distribución.

Los resultados muestran que si se aplica el sistema análisis ABC existe la posibilidad del aumento de la productividad en un 5%, para así cumplir con el total de los pedidos despachados en un 100%.

Abstract: *Globalization is a worldwide, economical, technological, political and cultural process, which consist in an ever-increasing communication and interdependence among different countries all over the world; joining in markets, societies and cultures by means of social, economical and political transformation. As a result of such transformation this article talks about the effects of this transformations and the importance of meeting with standards of the new markets; keeping up with the market demands such as: quality requirements, sales volume, price and delivery time.*

The proposal to increasing the productivity in a CEDIS in charge of distribution automotive spare parts worldwide and nationwide (central and south America) is analyzed.

To meet with the requirements to supply the PO is by picking process, in this paper there is a brief explanation of the A,B,C analysis and a description of the items A,B and C showing the benefits and disadvantages well as show how make more efficient this type of the process implementing a new distribution. Using a descriptive methodology it is intended to give a description of the current situation in cedis, and evaluating the different aspects that influence the application of ABC methodology in distribution.

The results shows, if apply the ABC system, exist the possibility to increasing the productivity 5%, to accomplish with 100% orders delivery on time.

Palabras claves: Productividad, Análisis ABC y Surtido tipo Picking.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Introducción

En la revista Automotive meetings (Meetings, 2015) mencionan que la industria automotriz se ha convertido en un sector estratégico para la economía mexicana, al ser hoy, la segunda industria más importante, sólo detrás del petróleo. “Actualmente, el sector automotriz representa el 6% del PIB nacional” mientras que “el 18% de la producción proviene de la manufactura”. Se estima que la industria automotriz Mexicana continuará creciendo en el futuro. Todo indica que la producción alcanzará 4 millones de unidades para el 2018 y para el 2020 estará alcanzando 5 millones. Así mismo, la industria automotriz representa una importante fuente de empleo para el país, haciendo una economía más fuerte. A pesar de que la crisis económica generó una serie de paros técnicos en las plantas de ensamblaje mexicanas, reduciendo el número de plazas de 218,000 en 2008 a 125 mil en 2009, el empleo había alcanzado las 145 mil plazas al cierre del 2010.

La industria automotriz va en aumento, lo cual genera un mayor mercado en México en el que se puede incursionar, este mercado no es fácil de acaparar ya que existe mucha competencia nacional e internacional, además los controles, requisitos y estándares de calidad del producto que exigen son muy altos. En la Imagen 1 se puede ver la cantidad de plantas ensambladoras que existen en el territorio Mexicano.



Imagen 1: Mapa de localización de plantas ensambladoras en México. Fuente: Asociación Mexicana de la industria automotriz 2014

El manejo eficiente de los recursos se ha vuelto una prioridad generada por la apertura comercial y globalización de los mercados que exigen un cambio en las organizaciones, buscando abatir los costos, una mayor competitividad, ganar la aceptación del cliente mediante la calidad y la necesidad de crear más productos orientados al mecanismo y servicios mucho más rápidos, haciendo necesario la eficiencia.

Se requiere de un aumento de productividad, a decir de los políticos, (Viela, 2013), dada la invasión de productos fabricados en Extremo Oriente que se venden muy baratos. Las grandes marcas, en busca de aumentar su productividad han trasladado su producción a esa zona.

La operación en los centros de distribución, está evolucionado, están dejando de ser únicamente un almacén a transformar las unidades de embalaje a unidades menores, en función de las necesidades de los clientes. De acuerdo a Marin (2015) “La mayoría de los centros de distribución de las empresas construidos en las décadas pasadas fueron concebidos y diseñados para manejar unidades de empaque y de almacenamiento uniformes y no se adecuaron para descomponer la unidad de empaque de recibo hacia una unidad de empaque de despacho. En los centros de distribución se pueden recibir pallets completos de una referencia, pero el envío se hace en subempaques o inclusive hay cada vez más casos de despacho en los que se manejan piezas individuales.”

En la sección dos del artículo nos habla del aumento de la productividad, la importancia por la cual se debe seguir con la mejora de los procesos, así como los beneficios que arroja. También habla de lo que es un surtido tipo picking dentro de un almacén y para finalizar muestra la importancia de una adecuada distribución del material así como una adecuada clasificación en una metodología de un análisis A,B,C.

En la parte 3 hace referencia a que ítems ira dirigido el análisis y como se va a realizar, para poder obtener los mejores resultados, en la sección 4 menciona los resultados esperados al aplicar el análisis A,B,C, y para finalizar en la sección 5 se hablara de las conclusiones a que resultaron después de la realización del artículo, posteriormente mencionamos las referencias a las cuales se consultaron para poder realizar este trabajo.

Aumento de la productividad

Este trabajo está basado en un estudio que se está realizando en una empresa líder dedicada a la venta y distribución de autopartes, ya que debido al aumento de la



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

demanda de su producto en el mercado, tienen la necesidad de hacer más eficiente su proceso de surtido y distribución de pedidos para poder cumplir con sus políticas de surtido y pedidos entregados al cliente en tiempo y forma.

El objetivo de este trabajo es identificar las diferentes metodologías por las que se puede aumentar la productividad en el almacén de este centro de distribución, enfocándose principalmente en un análisis ABC, analizando ventajas y desventajas de la implementación de este análisis, que trae consigo una redistribución en el almacén.

“Es importante saber que la productividad es un indicador que refleja que tan bien se están usando los recursos de una economía en la producción de bienes y servicios”
(Ita).

Por lo que una definición general de la productividad es la que la menciona como una relación entre recursos utilizados y productos obtenidos, la cual muestra la eficiencia con que los recursos humanos, financieros, conocimientos, energía, etc. Son usados para producir bienes y servicios.

La parte de la reducción de costos y aumento de la productividad en un almacén de una empresa dedicada a la venta y distribución de autopartes es muy importante, ya que este mundo globalizado ha generado mayor competitividad entre la industria automotriz especialmente en este país, es importante mencionar que satisfacer las necesidades de los clientes entregándole sus pedidos en tiempo y forma es parte fundamental para llegar al éxito dentro del mercado. Por esto es necesario que la productividad de la empresa este siempre en aumento.

Para el aumento de la productividad de un almacén, existen muchas metodologías en las que se involucran todos los recursos de una empresa, como por ejemplo el Kaizen que es una palabra japonesa compuesta por los términos Kai, que significa cambio, y Zen, que puede traducirse como “lo mejor”. Literalmente podría traducirse como “cambio para lo mejor”, y representa el concepto de Mejora Continua, englobando diversos elementos de la Gestión de la Calidad Total y del Sistema Productivo Toyota. Esta filosofía japonesa nos da muchas herramientas para el aumento de la productividad, algunas de estas son: pokayoke, peps, 5's, JIT, ciclo PDCA, etc. Sin embargo existen otras formas de lograr ese aumento en la productividad como lo son, la reducción de inventario, eliminar los ítems clasificados como Dead stock que te quitan espacio en el almacén y solo te están generando un

costo, material de lento movimiento, un lay out, entre otros.

La mayoría de los almacenes (Viela, 2013) se han enfocado a mejora de la productividad hacia la gestión y disminución del costo de los recursos. Durante unos años, esta estrategia ha dado resultado y les ha permitido sobrevivir. Sin embargo, han perdido magníficas oportunidades de mejorar su posición competitiva.

Para efectos de esta investigación nos enfocaremos en una distribución adecuada de los materiales en el almacén enfocado al segmento automotriz y en el tipo de surtido tipo picking que se realiza para cubrir las órdenes de compra en el tiempo establecido entre cliente-proveedor.

Surtido tipo Picking y una distribución adecuada en el almacén

Para Analla (Analla, Trejo, 2008) *“Se entiende por picking, como una palabra inglesa habitualmente empleada en los almacenes y que etimológicamente significa coger, el hecho físico de ir a una estantería o zona concreta dentro del área de almacenaje para recoger las mercancías requeridas por un determinado pedido”*.

En la actualidad las empresas se están enfocando a soluciones simples que salen del alcance de algunas compañías y se están centrando en el apoyo de la tecnología en sistemas como el WMS (Warehouse Management System) para la solución de los problemas de picking y despacho, pero no están mirando el problema integral desde el proceso de recibo y almacenamiento como condición para un despacho eficiente, están tomando soluciones para un panorama general pero no se están centrando en que es lo que genera el problema. La tecnología por sí sola no es una solución, es necesario optimizar el proceso. Desafortunadamente ahí es donde menos se invierte tiempo y capital, no se acompaña al personal en la gestión de cambio y ellos son quienes lo ejecutan por lo cual conocen mejor el proceso que cualquier otra persona, al momento de hacer algún estudio es importante tomar las opiniones del personal, ya que ellos pueden dar la clave para darle ese valor agregado al proceso o quitar actividades que no generan ningún valor y solo hacen más lento la actividad.

La solución más recomendada (Marin, 2015) en estos casos consiste en hacer la transformación de la unidad de almacenamiento desde el momento del recibo. Esto significa que si conocemos el patrón de demanda de los productos hacia las áreas de despacho se puede recibir y almacenar en esa misma unidad de medida y así se agiliza



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

el despacho. Un producto tipo A puede ser demandado en pallets desde el área de picking pero uno tipo B puede demandarse en medios pallets... Siguiendo dicha estrategia, el almacenamiento se hace en estas mismas unidades homologadas desde la recepción de la mercancía solo invirtiendo un poco más de esfuerzo, aunque esto es un poco más complejo de lo que parece. Para nadie es un secreto que la función a optimizar en la mayoría de los centros de distribución es el despacho, sin embargo le cargamos a esta actividad funciones adicionales como la configuración de subempaques y piezas, haciéndolo más lento y pesado. Un pequeño esfuerzo invertido en el recibo de la mercancía representa un ahorro mayor en el despacho.

Diseñar un proyecto de layout no es sencillo, sobre todo se busca calidad, eficiencia y retorno de inversión. La evolución de layout en México ha dejado atrás la herramienta de excel para pasar a herramientas específicas respaldadas por un proveedor que ayuda a determinar que es lo que busca, que indicadores quieres mejorar, que operaciones pondrá en marcha de acuerdo con su producto entre otros factores para realmente hacer una reingeniería novedosa. (Salas Ascencio, 2016)

Lo que se debe considerar para una adecuada distribución de material es un layout que corresponde a la disposición de los elementos dentro del almacén. El layout de un almacén debe asegurar el modo más eficiente para el manejo de los productos que en él se dispongan. Así, un almacén alimentado continuamente de existencias tendrá unos objetivos de layout y tecnológicos diferentes que otro almacén que inicialmente almacena materias primas para una empresa que trabaje bajo pedido. Cuando se realiza el layout de un almacén, se debe considerar la estrategia de entradas y salidas del almacén y el tipo de almacenamiento que es más efectivo, dadas las características de los productos, el método de transporte interno dentro del almacén, la rotación de los productos, el nivel de inventario a mantener, el embalaje y procesos propios de la preparación de pedidos. (Salazar, Lopez, 2016)

A continuación mencionamos algunos de los errores más comunes al hacer una nueva distribución en el almacén.

- Falta de entendimiento del propósito de la nueva distribución y si vale la pena el esfuerzo que se va a realizar a cambio de las mejoras que va a generar.
- No buscar las soluciones a corto plazo, hay que tener la visión de ver que las nuevas modificaciones soporten la operación por varios años.

- Tomar soluciones que funcionan en otros almacenes, este es uno de los mayores errores ya que no todas las empresas trabajan de la misma manera y tienen el mismo objetivo, por lo cual hay que hacer primero un análisis antes de aplicar la solución.
- Falta de información, el no contar con toda la información que se necesita no nos permitirá hacer el estudio adecuado ya que omitiremos diferentes puntos que pueden afectar la operación. (Logística, 2015)

La distribución de todo almacén debe resolver de forma eficaz las necesidades que la demanda exige de la operación y brindar ventajas competitivas.

A todo esto se investigó lo que es un análisis ABC dentro del almacén, para después aplicarlo en un cedis dedicado a venta y distribución de autopartes.

Análisis ABC

Este análisis (Giovanny, 2001) es un sistema de clasificación muy sencillo pero con muchos beneficios empleado adecuadamente, es usado frecuentemente a la hora de diseñar una distribución óptima de inventarios en almacenes que surten comúnmente pedidos con un sistema tipo picking (no es regla); esta metodología es usada sobre todo en el sector logístico, tiendas y almacenes de todo tipo.

Uno de sus propósitos principales es optimizar la organización de todos los productos o ítems en el almacén de forma que los más solicitados se encuentren al alcance más rápidamente y de esta forma ayudara reducir tiempos y aumentar la productividad eliminando recorridos innecesarios.

En la mayoría de las empresas la distribución de los artículos de un inventario es el 20% corresponden al 90% de la inversión en inventario, mientras que el 80% restante de los artículos corresponden solamente al 10% de dicha inversión, es por ello que en algunos casos es necesario formular un nuevo sistema de asignación en la prioridad que se le da a las existencias que maneja la empresa: El sistema de costos basado en las actividades o costeo ABC. (Giovanny, 2001). Más adelante se menciona con otro autor que porcentajes representa para él un gráfico 80-20 en un análisis A,B,C.

Para realizar un análisis A,B,C primeramente se determina cuáles son los tipos de artículos que se tienen en el



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

almacén, desde los más importantes hasta los que menos movimiento tienen e identifica de acuerdo a cada una de las clasificaciones.

- ✓ Artículos de tipo A: Se refiere a los artículos más importantes y de mayor movimiento (los más usados, más vendidos o más urgentes). Suelen ser los que más ingresos dan (no necesariamente es el de mayor volumen almacenado)
- ✓ Artículos de tipo B: son aquellos de menor importancia o de una importancia secundaria.
- ✓ Artículos de tipo C: Son aquellos artículos el cual su movimiento es muy bajo, o simplemente no representan gran negocio para la empresa, en ocasiones te llega a generar un gran costo el almacenarlos.

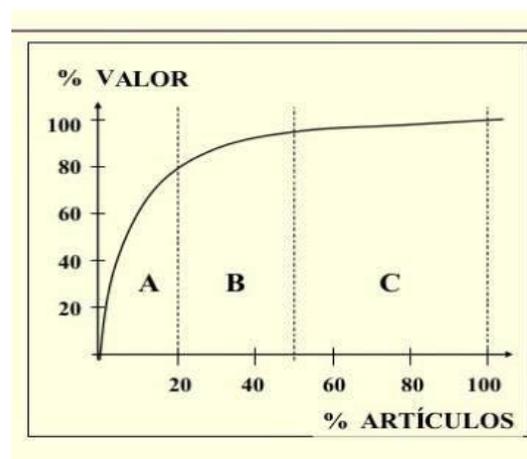
Estos artículos no son necesariamente ni los de mayor precio unitario, ni los que se consumen en mayor proporción, sino aquellos cuyas valorizaciones (precio unitario x consumo o demanda) constituyen % elevados dentro del valor del inventario total.

Fucci autor del libro “El grafico ABC como técnica y gestión de inventarios” dice “Generalmente sucede que, aproximadamente el 20% del total de los artículos, representan un 80% del valor del inventario, mientras que el restante 80% del total de los artículos inventariados, alcanza el 20% del valor del inventario total”. (Fucci, 1999)

Una vez hecha la clasificación de los artículos con los que cuenta el almacén se procederá a realizar un análisis y con ayuda del layout del almacén se comenzara a colocar los artículos de tipo A en las zonas más optimas: en la entrada del almacén, en la parte delantera de las estanterías, en las zonas más transitadas de las tienda, del mismo modo los artículos de tipo B y C que son los menos solicitados estarán colocados en las zonas menos accesibles, ya que la necesidad de disponer de ellos es menor. Se debe analizar si es necesario hacer algún movimiento de racks para la localización del material, pero se deberá tener en cuenta que todo movimiento de maquinaria conlleva un costo, por lo que hay que estar seguros que estos movimientos arrojaran beneficios.

El método permite aumentar la eficiencia de los almacenes al ahorrar tiempo al personal encargado de recolectar y colocar artículos, puesto que pueden tener mejor controla de los códigos más solicitados y requerir menor movimientos para gestionarlos.

Para poder entender mejor como funciona este análisis, en la gráfica 1 podemos observar que el artículo A corresponde al 20% de los artículos en el almacén, pero son los que están generando mayor movimiento o nos representan un mayor valor, así representando un 80% de movimiento en el almacén. Entre el artículo B y C representan un 80% del resto de los artículos y complementan con el otro 20 % faltante del valor o movimiento de los artículos en el almacén.



Gráfica 1: Gráfica A,B,C; Fuente: Asociación Argentina de logística empresarial

Metodología

Se sigue una metodología de tipo documental al hacer una selección y análisis de la información relacionada con el objeto de estudio; exploratoria buscando precisar el problema de investigación y, transversal al utilizar datos de enero a junio de 2016.

La propuesta a desarrollar es una redistribución en el almacén de los ítems, clasificándolos de acuerdo a un análisis de inventario ABC. Se realizara un análisis del movimiento de los ítems que se han tenido por 1 año, donde tendremos el panorama general de que números de parte se están moviendo con mayor frecuencia (tomando en cuenta cantidad de material y veces que se pide el mismo ítem en los diferentes pedidos) y así poder empezar a hacer una clasificación.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

¿Por qué también se va a tomar en cuenta la cantidad de veces que es pedido ese ítem aunque no ocupe un gran volumen en venta? Uno de los objetivos que se está buscando es reducir el tiempo de surtido de los pedidos y así aumentar la productividad en el almacén, por lo que es importante conocer que aunque no sea muy grande el volumen de ventas de un ítem, si es necesario hacer cierto recorrido varias veces al día para llegar hasta esa ubicación y hacer el surtido de ese ítem, tomando en cuenta que esa ubicación está en un área donde no está cerca de algunos otros materiales que están en el mismo pedido que se está surtiendo, esto nos genera una mayor distancia recorrida que se refleja en mayor tiempo de surtido de un pedido y como efecto domino a lo largo del día genera mayor cansancio en la persona que está surtiendo el pedido.

Se analizará el método que comúnmente utilizan los almacenistas para surtir los pedidos, que es un método de surtido picking, se realizará un estudio de tiempos y movimiento en el cual mediremos la distancia promedio que un almacenista recorre en el almacén para surtir un pedido promedio donde se incluyan los ítems más comunes.

Después de realizar la propuesta de la nueva distribución en el almacén de los artículos ya clasificados como A,B y C, se realizara nuevamente un estudio, donde se realizará en un layout identificando el área de los artículos clasificados como A, B y C, se diseñará la nueva distribución para así medir el tiempo y la distancia que se recorrería para hacer el surtido del mismo pedido.

Para finalizar se medirá la productividad actual, recordando que la productividad = Lo Producido (cantidad de pedidos surtidos) / insumos utilizados (tiempo que tarda en surtir los pedidos) y se comparara con una estimación de la productividad que se obtendría al implementar el nuevo sistema donde compararemos los resultados.

Resultados

Se espera que la propuesta de este nuevo análisis para la redistribución y clasificación del inventario ABC, sea presentada a los gerentes para que esta sea analizada y observen los posibles beneficios a obtener, para que a su vez se tome la decisión de llevar a cabo la implementación del sistema.

Debido que para realizar esta distribución no será necesario realizar algún movimiento de equipo (racks) se espera que este nuevo análisis y distribución de los materiales arroje como resultado con el aumento de la productividad de cada empleado, ayudando a reducir el tiempo de surtido en un

5% para así cumplir con el 100% de pedidos embarcados de la demanda actual y prepararse para cumplir con las exigencias del mercado creciente cubriendo los altos estándares que están exigiendo los clientes en la industria automotriz.

Conclusiones y trabajos futuros

Podemos darnos cuenta que la competitividad de este mundo globalizado va en aumento y pone estándares muy altos de calidad, productividad y servicio al cliente.

El mercado automotriz en el país sigue en aumento debido a las reformas que se han generado, por lo que la demanda de partes automotrices está en aumento, sin embargo el quedarse con esa parte del mercado esta siendo cada vez más difícil, debido a la competitividad con la que nos encontramos.

De ahí salió la idea del aumento de la productividad por medio de la redistribución en el almacén con un análisis A,B,C, se observo que existen diversos factores que afectan la productividad en un almacén no solo la cantidad de pedidos que se generan al día, sino también la forma en la que se tiene distribuido el material para surtirlo, el cual genera recorridos más largos, y que a su vez generan mayor tiempo en surtir los pedidos y una mayor distancia por recorrer entre artículos, que genera mayor cansancio a los trabajadores y va bajando la productividad.

Es importante ver las carencias y necesidades dentro del almacén, el realizar este tipo de análisis llevara a la mejor toma de decisiones para cumplir con el objetivo, el hacer una redistribución no es una cosa que deba tomarse a la ligera, ya que el hacer los cambios físicos necesarios en el almacén te generan un costo, por lo que hay que ver que mejoras van a resultar al hacer estos cambios.

Una vez realizada la clasificación de los productos en A,B,C se debe tener claro el objetivo al hacer esta clasificación, ya que se puede clasificar de diferentes maneras, como por ejemplo el de mayor movimiento, el que representa mayor un costo, el que te representa mayor espacio en el almacén, entre otros y esto puede impedir llegar al objetivo.

Para el centro de distribución sería importante la implementación de este sistema, el mercado de la empresa está en aumento, la empresa abarca mas del 30% del mercado nacional con lo que es necesario hacer ese cambio en la forma de surtir para ir haciendo mas eficaz la línea de surtido, los beneficios que arrojaría el nuevo sistema serían muy grandes tomando en cuenta que la inversión



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

que se realizaría es muy baja (tiempo hombre) ya que no existe la necesidad de mover racks ni de adquirir nueva maquinaria.

La decisión de la implementación de este sistema en el almacén está en manos de los gerentes, sin embargo los resultados que puede arrojar ahí están, aumento de productividad, reducción de costos y dar mejor servicio a los clientes en tiempo de entrega de sus pedidos.

Viola, J. C. (16 de Mayo de 2013). *LOGÍSTICA Y PRODUCTIVIDAD*. Recuperado el Julio de 2016, de Productividad en almacenes. La eficiencia, motor de la mejora continua.: <https://loypro.wordpress.com/2013/05/16/productividad-en-almacenes-la-eficiencia-motor-de-lamejora-continua/>

Referencias bibliográficas

Analla, Trejo, J. J. (2008). *Almacenes, Análisis, Diseño y Organización*. Madrid: ESIC.

Fucci, T. A. (Junio de 1999). EL GRAFICO ABC COMO TECNICA DE GESTION DE INVENTARIOS.

Giovanny, G. (11 de Octubre de 2001). *Gestiopolis*. Recuperado el Julio de 2016, de <http://www.gestiopolis.com/costos-abc-controlinventarios/>

Ita, M. E. (s.f.). *EL CONCEPTO DE PRODUCTIVIDAD EN EL ANÁLISIS*. Recuperado el Julio de 2016, de <file:///C:/Users/David/Downloads/productividadlaboral.pdf>

Logística, R. E. (Mayo de 2015). Tips para hacer una buena reingeniería en un CD. *Revista Énfasis*, 68.

Marin, V. R. (Julio de 2015). *Logística Empresarial*. Recuperado el Julio de 2016, de Zona LogísticaZona <http://www.zonalogistica.com/articulos/especializados/el-picking-problema-o-solucion/>

Meetings, A. (2015). Industria Automotriz en México, un sector clave. *Automotive Meetings*.

Salas Ascencioón, R. M. (2016). Layout en CDS. *Revista Enfais*, 68.

Salazar, Lopez, B. (2016). *Ingeniería industrial online*. Recuperado el Julio de 2016, de DISEÑO Y LAYOUT DE ALMACENES Y CENTROS DE DISTRIBUCIÓN: <http://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingenieroindustrial/gesti%C3%B3n-dealmacenes/dise%C3%B1o-y-layout-dealmacenes-y-centros-de-distribuci%C3%B3n/>



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Área temática 6 RESPONSABILIDA SOCIAL EN LA SUSTENTABILIDAD



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Manejo responsable del Consumo Local de la Carne de Venado Cola Blanca Texano en la Región Noreste de México

Área temática

Responsabilidad social en la sustentabilidad

Nombre completo de autores
Juan Enrique González Rocha
Cesar Armando Padrón Celis
José María Canes Lázaro

Cuerpo Académico

Desarrollo de Negocios Internacionales

Universidad Tecnológica de Nuevo Laredo Tamaulipas

Número(s) telefónico(s) y Correo(s) electrónico(s)

jegonzalez@utnuevolaredo.edu.mx, jcanes@utnuevolaredo.edu.mx y
capadron@utnuevolaredo.edu.mx

Te. 867-8900-000 ext. 156



5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Manejo responsable del consumo local de la carne de venado cola blanca texano en la región Noreste de México

Resumen: *En México existe una actividad económica que es reconocida como pilar fundamental del turismo de la nación, esta es el deporte cinegético del venado cola blanca texano de Tamaulipas, Nuevo León y Coahuila, especie de la cual se registra una sobrepoblación de alrededor de 25,000 hembras. Esto resulta perjudicial para la propia especie y para el ecosistema; así como para la economía y estabilidad financiera de los ranchos cinegéticos de la región. Derivado de ello, se planteó la necesidad de generar un modelo de negocios capaz de aprovechar la carne de este excedente poblacional de la especie, pero de manera responsable. Es por ello que actualmente, varios investigadores del noreste de México, se encuentran analizando las posibilidades de ir más allá de la oferta cinegética del venado texano y ofrecer una mayor gama de productos derivados del mismo, tales como son su piel, sus ornamentas y su carne, en el mercado ciudadano local y de ser necesario, en algunos sitios del interior de la república, ya que no se pretende la crianza industrial intensiva de la especie, sino solo darle salida al excedente poblacional de la misma. El objetivo con el que cuenta dicho documento, es el de presentar un proyecto a solicitud por la Asociación Nacional de Ganaderos Diversificados de Flora y Fauna (ANGADI) a la Universidad Tecnológica de Nuevo Laredo, justificado con una investigación que tiene como meta proponer el modelo de negocios coyuntural requerido con urgencia por los empresarios cinegéticos de estos tres estados. El propósito de este modelo de negocios es el de establecer la factibilidad de llevar el negocio al mercado local de estos tres estados y, de ser necesario, a otros sitios del interior del país para darle salida lo más pronto posible al excedente. Se efectuó una investigación teórica para determinar la factibilidad de un modelo de negocios sustentable que diera como prioridad a la sustentabilidad misma como modelo de negocios y establecer las bases ecológicas, medio ambientales y de responsabilidad social para la posterior utilización de la información contenida en este documento.*

Abstract: *In Mexico there is an economic activity that is recognized as a fundamental pillar of tourism in the nation, this is the sport hunting of deer Texas whitetail of Tamaulipas, Nuevo Leon and Coahuila, species of which an overpopulation of about 25,000 females registered, which is detrimental to the own spice to the ecosystem and the economy and financial stability of the hunting ranches in the region. Derived from this, the need to generate a business model able to tap into the meat of this surplus population of the species, but was raised responsibly. That is why now, researchers in northeastern Mexico, are analyzing the possibilities of going beyond the hunting offer Texan deer and offer a wider range of products derived therefrom, such as are her skin, her ornamentas and meat in the local market and ciudadano if necessary, in places inside the republic, as no intensive industrial breeding of the species is intended, but only give out the population over it. The goal that has that document, is to present a project at the request by the National Cattlemen's Beef Association Diversified Wildlife (ANGADI) Technological University of Nuevo Laredo, justified an investigation that aims to propose the model cyclical business urgently required by employers hunting of these three states. The purpose of this business model is to establish the feasibility of bringing the business to the local market of these three states and, if necessary, to other sites within the country to give out as soon as possible to surplus. a theoretical research to determine the feasibility of a sustainable business model to give priority to sustainability itself as a business model and establish the ecological basis, environmental and social responsibility for the subsequent use of the information contained in this document.*

Palabras Claves: sustentabilidad, Venado texano, modelo de negocio



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Introducción

México está comprometido con la conservación de la gran diversidad de especies animales que existen en el país y ante la problemática de la caza y pesca indiscriminada y/o furtiva, brinda opciones controladas y deportivas que no dañan la flora y fauna locales. Estados como Tamaulipas, Nuevo León, Coahuila, Aguascalientes, Baja California, Sinaloa, Sonora, Chihuahua y Zacatecas conforman el segmento de mercado más importante de la oferta de destinos de turismo cinegético. Pero, vayamos por partes, comenzando por ofrecer una definición de turismo cinegético. Se entiende por turismo cinegético a “la actividad que desarrolla un cazador deportivo nacional o extranjero, que visita destinos o áreas, donde se permite la práctica de la caza de fauna silvestre en su entorno natural. Hace uso de servicios logísticos y turísticos para hacer más fácil la práctica de este deporte, en un marco de conservación y sustentabilidad de la vida silvestre”

Lo que destaca de esta definición es que el turismo de caza es parte del turismo deportivo en la clasificación de la Organización Mundial del Turismo (OMT). También se nota la importancia de la sustentabilidad del entorno debido al contacto directo de los turistas con la naturaleza en las zonas de caza. Por lo que resulta totalmente indispensable que el Estado controle su desarrollo para proteger el entorno, así como a las especies animales. De este modo se controlan la cantidad de ejemplares que se puede cazar cada año y también se controlan los permisos de caza en la zona donde se desarrolla dicha actividad.

En México el deporte cinegético se encuentra regulado por Ley General de Vida Silvestre y otras disposiciones de la Secretaría de Marina y Recursos Naturales (SEMARNAT).

Aunque la cacería deportiva no ha sido considerada como una de las actividades económicas más lucrativas y rentables del sector turismo mexicano; hasta comienzos del siglo XXI, todavía generaba una derrama económica importante para algunas zonas rurales de los estados de Tamaulipas, Nuevo León, Coahuila, Aguascalientes, Baja California, Sinaloa, Sonora, Chihuahua y Zacatecas, que es

donde más se desarrolla el turismo cinegético del país.

Por ejemplo, para la temporada 2001-2002 la derrama total del mercado de turismo cinegético en México se estimó en un orden de magnitud de entre 140 a 155 millones de dólares.

Análisis Previos

Buena parte de la derrama económica del turismo cinegético del país ha sido generada en la zona noreste de México (ver figura 1), especialmente en los estados de Nuevo León, Coahuila y principalmente el estado de Tamaulipas.

Nuevo León ofrece a los visitantes más de 750 sitios dónde cazar; Coahuila año con año, oferta 821 ranchos cinegéticos o Unidades de Manejo Animal (UMA). Tamaulipas, posee una riqueza natural de más de 400 kilómetros de costas de extraordinaria biodiversidad que lo convierte en el escenario perfecto para que el turismo nacional y extranjero disfrute de su afición por la caza. Esto lo ha convertido en el líder nacional en turismo cinegético.

En Tamaulipas se encuentra la sede nacional de ANGADI (Asociación Nacional de Ganaderos Diversificados) en cuyos registros aparecen los mejores ranchos productores de especies silvestres, en la que sobresale el venado cola blanca o venado gris en su variedad de venado gris texano (*Odocoileus virginianus texanus*).



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”



Figura 1: Mapa de distribución del Venado Cola Blanca en México. Fuente: Jorge G. Villarreal G. e Isaías Galván en base al diagrama reportado por Lowell K Halls (1982)

Sin embargo, esta actividad en particular del deporte cinegética, es decir la cacería del venado texano en la región noreste mexicana ha decrecido significativamente en los últimos años, más concretamente del 2008 al 2015.

Miriam Paredes afirma que para finales de octubre del 2012, era más que evidente que la caza deportiva o turismo cinegético había disminuido en un alto porcentaje como consecuencia, según ella, de la crisis económica, la inseguridad y la sequía.

Según un informe de la Secretaría de Turismo (Sectur), en la temporada cinegética de 2006-2007 se expidieron 31 mil 92 licencias de caza deportiva. Pero, para la temporada 2008-2009 se dio un giro dramático, debido a que el número bajó a 22 mil 988 licencias, lo que implicó una caída de casi 30%, demostrándose con ello un panorama de deterioro en esta actividad del sector turismo.

“La crisis económica impactó considerablemente la actividad en la atracción de cazadores no sólo nacionales sino internacionales, sobre todo provenientes de las localidades sureñas de Estados Unidos” (Serna, 2012). Y a este factor hay que sumar el de la inseguridad y el de la sequía que ha azotado a toda la zona fronteriza.

La sequía impacta en los ingresos de los productores de especies, ya que los costos de mantenimiento se incrementan: “de una o de otra forma se les debe proporcionar agua y suplementos alimenticios a modo para que no se incremente la tasa de mortandad en las especies”. Ante la falta de cazadores existe menos conservación, pues los ganaderos, como cualquier otro empresario, plantean que a ellos no les conviene cuidar la fauna si esta no va a tener una rentabilidad comercial.

Es así como en el noreste de México, el aprovechamiento sustentable del venado cola blanca a través del deporte cinegética, se ha complicado. Generando una significativa crisis



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

económica en los ranchos o las empresas de prestación de servicios cinegéticos durante los últimos 8 años (2008-2015).

En síntesis, se han dado pérdidas económicas cuantiosas en el sector, deterioro del medio ambiente y crisis de sobreproducción de venado cola blanca en la región. Esto ha generado una disminución drástica de la economía rural de la región en este renglón, impactando negativamente en el rescate y recuperación de la vida silvestre y sus ecosistemas naturales de la zona.

Ante esta situación los empresarios que participan en este negocio y las autoridades gubernamentales empezaron a analizar otras opciones, y ya desde el 2011 comenzaron a plantear la posibilidad de comercialización de la carne del venado cola blanca. Esta alternativa la veían como una posibilidad de paliar en parte la crisis del sector y subsanar algo de los gastos y las inversiones no recuperadas.

Por su parte, autores como Martínez, González, Villarreal y Serna, en un estudio publicado en febrero del 2015, advertían lo siguiente: “Se ha establecido, en distintas aéreas del noreste de México, una sobrepoblación de venado cola blanca texano (*Odocoileus virginianus texanus*)”². Esto, según ellos, era la consecuencia obligada cuando hay un control eficiente de los depredadores naturales de la especie y cuando se impiden otros factores que diezman las poblaciones, como la cacería furtiva.

De esta manera la sobrepoblación de venados, se convirtió también en un problema, al afectar su hábitat, así como su propio estado físico y promover la propagación de enfermedades que pueden afectar fuertemente a sus poblaciones³.

Por otra parte la protección de los ecosistemas no sólo es de incumbencia de los dueños de los predios, sino también de la sociedad en su conjunto, debido a los servicios ambientales que proveen. Por lo que una buena forma de controlar las poblaciones de venado cola blanca, y

mantener la densidad poblacional en la capacidad de carga de los ecosistemas, pudiera ser el “practicar la extracción controlada de venados para nuestro consumo”⁴. Además, el consumo de la carne de venado no solo es lo único. También es factible la comercialización y venta de su piel y sus cornamentas.

Para apoyar estas afirmaciones, podemos ver como en otras zonas del país, desde finales del siglo XX, se han venido instalando criaderos para el aprovechamiento, no solo cinegético, del venado cola blanca (*Odocoileus virginianus*); sino también con la finalidad de una producción intensiva que permita un consumo mayor y más sistemático de su carne, piel y cornamentas, para la comercialización y venta de platillos, productos alimenticios, llaveros, ropa, zapatos, entre otra clase de artículos. Sin embargo, el deporte cinegético ha seguido siendo la prioridad al respecto.

Prueba de ello es que según el proyecto de evaluación de las unidades de manejo para la conservación de vida silvestre (UMA) 19972008, de la Comisión para el uso y aprovechamiento de la biodiversidad (CONABIO): en México existen 4,968 UMA´s registradas que manejan y aprovechan esta especie en vida libre y 160 que lo hacen en manejo intensivo⁵, es decir un total de 5,128 UMA´s que manejan y aprovechan esta especie; ahora bien considerando que según la SEMARNAT en México hay registradas 12,000 UMA´s⁸ haciendo cálculos sucintos puede decirse que el 42.73% de las UMAs en México están dedicadas al aprovechamiento de ésta especie y la gran mayoría de ellas lo hacen mediante actividades o servicios cinegéticos, es decir, en pocas palabras, el modelo de negocio del venado cola blanca se circunscribe en su inmensa mayoría a la cacería. No obstante, como ya se dijo el giro de 180% que se dio a partir precisamente del 2008 en esta cuestión, está

² <http://cienciauanl.uanl.mx/?p=2961>

³ Véase Williams L. (1982) Relationship between a disease host density and mortality in a free living deer population. *Journal of animal ecology* 51 (1) 235-240. Y véase también Martínez A., Salinas A., Cantú A., Miller K. (1999).

⁴ <http://cienciauanl.uanl.mx/?p=2961>

⁵ <http://bit.ly/19iGD8E>

⁸ <http://bit.ly/1eeVHba>



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Serosurvey for selected disease agents in white-tailed deer from México. *Journal of wildlife diseases* 35 (4) 799-803.

obligando a que los empresarios piensen en nuevos modelos de negocio para el aprovechamiento sustentable de esta especie.

El problema que se presenta es que muchas veces los empresarios no se encuentran suficientemente informados sobre el modelo de negocio que deberían seguir, en consecuencia se obtienen resultados poco favorables. Es por ello que el modelo no se encuentra muy desarrollado en lo que respecta a la comercialización de la carne, no obstante de poseer cualidades especiales que pudieran favorecerla tales como mayor suavidad y mayor calidad en relación a la carne de res o de otras especies de carnes rojas.

Los modelos de negocio y comercialización hasta hoy propuestos para la explotación, comercialización y venta de este recurso natural no han dado grandes resultados, debido a que solamente se dedican a la crianza y no se le da importancia a la manera en la que se hará llegar el producto al cliente, tanto en términos publicitarios como en términos de degustación. Es por eso que actualmente se está buscando un nuevo modelo de negocios para que este producto pueda llegar a un mayor público y tenga mejor segmento de mercado.

La ANGADI, en apoyo de sus asociados, es la que lanzó el proyecto de comercializar la carne de venado cola blanca a un mercado potencial al interior del país, que desde un inicio dio muestras de aceptar el producto y con ello generar ganancias y beneficios para sus asociados.

Ya en el 2011 la ANGADI comenzó a llevar a cabo actividades encaminadas a la comercialización y venta de este producto, pero no se han logrado los resultados deseados, debido a otra serie de obstáculos y retos como son la liberación de los permisos correspondientes.

En el 2012, se hablaba de la necesidad de que más de 20 mil venadas serían sacrificadas y su carne sería comercializada al interior de la República mexicana, ya que un 51 por ciento de venado cola blanco texano son hembras: La idea principal, dice Serna, 2012, “es mantener las poblaciones de

venados equilibradas, entonces una de las maneras es precisamente el cosechar hembras dado que en la cacería normalmente se cosechan machos, se ha estado dando un desequilibrio” por lo tanto se debe rehacer el equilibrio en la especie.

En ese mismo año se propuso en concordancia con universidades de la región noreste del país y del gobierno de Tamaulipas, trabajar en un estudio para la comercialización de la carne de venado: “Un estudio científico en el que se demuestre que cantidad de muestras se pueden cosechar, cuál sería el efecto de cosechar las hembras, cuál sería el efecto en la calidad de las astas de los venados del cosechar esas hembras; ya que la responsabilidad de nosotros como dueños de la tierra, como responsables técnicos de los ranchos cinegéticos, es mantener ese equilibrio ecológico”⁶.

Finalmente algunos empresarios de la República mexicana como los de Jalisco mostraron un abierto interés en este proyecto y comenzaron a hacer pedidos de carne de venado con la que pretendían producir chorizo y carne seca.

Durante el año 2012 y 2013 se trató de dar a conocer una importante gama de platillos elaborados con carne de venado, a través de una serie de muestras gastronómicas en el centro del país, principalmente en el Estado de México. En dichas muestras los espectadores pudieron degustar diversos cortes de la carne y diferentes maneras de prepararla por chefs que trabajan en diversos restaurantes y tienen conocimientos sobre las peculiaridades que posee esta carne.

En el 2014, se presentaron nuevos retos para la ANGADI refiriéndose a la promoción de este producto a nivel nacional, uno de estos es que existía una demanda aparentemente limitada por parte del mercado nacional. Otro problema que se podría presentar, hablando al largo plazo es la consideración de que la oferta no sería la suficiente para cubrir la demanda en caso de que este producto llegara a ser exportado. Sin embargo, para el propósito inmediato de la zona que es la de reducir el excedente poblacional de la especie para un mejor equilibrio ecológico y económico en la región, el mercado local es más que suficiente. El sacrificio ya no de 20 mil sino

⁶ Ídem



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

de 25 mil ejemplares hembras de esta especie, no afectaría al ecosistema, sino que por el contrario lo volvería a poner en condiciones de equilibrio; trayendo a su vez un descanso económico en los empresarios de la región.

Durante los primeros meses de ese mismo año, la ANGADI pidió a la Universidad Tecnológica de Nuevo Laredo (UTNL) apoyo para ver la posibilidad de afianzar e incrementar la comercialización de los productos derivados del venado Cola Blanca a nivel nacional e internacional.

Dentro del apoyo solicitado, se pidió a la Universidad la elaboración de una investigación para detectar las oportunidades de negocio que se presentan sobre la comercialización de este producto, además de la elaboración de un plan de negocios para su posterior implementación. Este tiene el propósito de establecer las bases para la comercialización de la carne de venado Cola Blanca de forma sistemática y permanente tanto al interior como al exterior del país, a través de su exportación.

Con base a una investigación preliminar y a la opinión de los expertos, tales como chefs presentes en las muestras gastronómicas anteriormente mencionadas, y por medio de encuestas a comensales invitados, se determinó que algunos cortes de la carne de venado Cola Blanca cuentan con propiedades culinarias que la hacen deliciosa al paladar de los comensales lo cual puede ser el atractivo principal para su posicionamiento en la mente de los clientes potenciales.

De esta manera y para aprovechar dichas oportunidades en la zona noreste en particular y en otras regiones de México, se propone realizar un estudio de mercadotecnia estratégica y como resultado del análisis FODA, de sus variables de mezcla de mercadotecnia (producto, precio, plaza y promoción). Este estudio permitirá establecer las bases, en el corto, mediano y largo plazo, de

una comercialización eficaz, eficiente y exitosa de la carne de venado Cola Blanca primero en la localidad y posteriormente al interior del país. Es decir, se pretende la creación de un modelo de negocio de comercialización al interior del país de la carne del venado texano de la zona noreste de México.

Modelo de Negocios

Siguiendo a Trujano, 2013⁷, “un modelo de negocio describe la forma en que una organización crea, distribuye, captura valor y necesariamente considera: el segmento de clientes a quien vende, la propuesta de valor, los canales de distribución, la relación que necesita la empresa entablar con los clientes, el esquema de ingresos, los recursos actividades y asociados necesarios para operar y la estructura de los costos. Por su parte, los modelos de negocio sustentable aportan soluciones que crean valor ambiental y social, a la vez que son sostenibles desde una perspectiva económica. El emprendimiento sustentable busca precisamente eso: resolver problemas sociales y ambientales aplicando por supuesto principios de negocio.

El modelo de negocio ha de nacer con la intención clara de crear y ser capaz a la vez de capturar valor. En los negocios sustentables este valor se debe crear tanto a nivel social, ambiental y económico. En otras palabras, un negocio sustentable debe responder a la pregunta de cómo introducir una solución en el mercado, como ofrecer valor y transformar la solución en retorno financiero mientras se mantienen los objetivos centrales de sustentabilidad, definiendo claramente la estrategia económica necesaria para mantener dicha sustentabilidad a largo plazo.

Si se pretende que el negocio sustentable genere un gran impacto, se tendrá que tratar de desarrollar de tal forma que sea escalable. Es decir, que pueda reproducirse y expandirse en otros territorios y / o mercados. En el campo de

7

<https://ivantrujanobiologo.wordpress.com/2013/09/12/elhttp://ivantrujanobiologo.wordpress.com/2013/09/12/el-aprovechamiento-del-venado-cola-blanca-en-mexico-una-actividad-con-escasos-modelos-de-negocio-viables/aprovechamiento-del-venado-cola->

[blanca-en-mexico-unahttps://ivantrujanobiologo.wordpress.com/2013/09/12/el-aprovechamiento-del-venado-cola-blanca-en-mexico-una-actividad-con-escasos-modelos-de-negocio-viables/actividad-con-escasos-modelos-de-negocio-viables/](https://ivantrujanobiologo.wordpress.com/2013/09/12/el-aprovechamiento-del-venado-cola-blanca-en-mexico-una-actividad-con-escasos-modelos-de-negocio-viables/actividad-con-escasos-modelos-de-negocio-viables/)



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

la sustentabilidad, a parte de esta capacidad de poder crecer y ser capaz de soportar este crecimiento, se tendrá que buscar que realmente el impacto sea relevante.

En base a este modelo es que se está desarrollando el siguiente proyecto, en el cual se ubica el planteamiento del problema, el marco teórico y la metodología para establecer las bases del modelo de negocio y de mezcla de mercadotecnia que se requiere para, finalmente, se pueda utilizar en beneficio no solo de los empresarios de las UMA, sino también en beneficio de la sociedad, el ecosistema y la especie misma en cuestión.

Objetivo

Determinar cuáles son las características del mercado potencial nacional, en base a una investigación de mercado para posteriormente establecer estrategias que puedan conducir al éxito la comercialización de la carne de venado Cola Blanca en diversas presentaciones determinadas por las preferencias encontradas en los clientes.

A través de la investigación de mercado, realizar un plan estratégico de mercadotecnia para la comercialización del producto, tomando en cuenta la mix marketing para establecer estrategias adecuadas. Dentro de éste solo se propondrán las bases, para que así pueda ser adaptado dependiendo de las necesidades que soliciten los diversos negocios en este sector o según el progreso que tenga el proyecto solicitado por la ANGADI.

Marco Teórico

Según el Diccionario de Economía y Finanzas, se entiende por *comercialización* al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean.

Para llevar a cabo dicha comercialización se debe realizar anticipadamente una *investigación de mercado*; la cual es definida por el Programa de Capacitación y Modernización Empresarial, como una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de

ellos, mediante la toma de decisiones. Dichas decisiones se tomarán en base a la mezcla de mercadotecnia correspondiente al producto a comercializar.

La *mezcla de mercadotecnia* es definida por Kotler y Armstrong (2003), como el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto.

El Dr. Jerome McCarthy (1960) introdujo el concepto de *las 4 P's*, que actualmente constituye la clasificación más utilizada para estructurar las herramientas o variables de la mezcla de mercadotecnia. Dichos conceptos consisten en: producto (conjunto de atributos tangibles o intangibles que la empresa ofrece al mercado meta), precio (cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar por un determinado producto o servicio), plaza (también conocida como distribución, consiste en todas las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta) y promoción (actividades que tienen como propósito informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto). Cada parte de la mezcla de mercadotecnia cuenta con sus propias variables determinantes para la elección de estrategias y acciones conforme al producto y a los recursos de la empresa. Dentro de cada P que compone la mezcla de mercadotecnia podemos encontrar diferentes variables que la componen.

El *producto* tiene diversos elementos que lo componen, se le conocen como mezcla de variables, debido a que estas se diferencian dependiendo de la clase de bien o servicio con el cual estemos tratando. Entre estos elementos podemos encontrar la variedad, la calidad, el diseño, las características propias, la marca, el envase, el servicio de venta y las garantías que este pueda poseer. Todos estos elementos le dan un valor agregado al producto, lo que aumenta el interés del cliente hacia este.

La segunda P, la cual corresponde al *precio del producto*, es el único componente de la mezcla de mercadotecnia que genera ingresos para la venta. Esta P también cuenta con una serie de elementos, que al igual que en la última suelen



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

variar dependiendo del producto que se esté tratando. Estos elementos son el precio de lista, los descuentos, los complementos, el periodo de pago y las condiciones de crédito. Cabe mencionar que algunas de estas variables pueden considerarse como estrategias de la promoción.

La *plaza o la distribución*, a su vez, cuenta con variables correspondientes al proceso de hacer llegar el producto al cliente de la manera más óptima y con el menos gasto de recursos, tanto humanos, como económicos, espacio-temporales y tecnológicos. Las variables pertenecientes a esta herramienta son los canales de distribución, la cobertura, el surtido, la ubicación, el inventario, el transporte y la logística.

Por último, la *promoción* es la variable concluyente, se puede decir que la mezcla de mercadotecnia es un proceso y esta P define o ayuda a crear la fidelización de los clientes. Por otra parte, es la herramienta que tiene más factores dependientes del producto, estos también son conocidos como estrategias de promoción las cuales son la publicidad, la venta personal, la promoción de ventas, las relaciones públicas, el marketing directo y la propaganda.

Dichos conocimientos serán adaptados y aplicados al producto en cuestión, el cual es la carne de venado o ciervo cola blanca (*odocoileus virginianus*), que, según la Bioenciclopedia “La enciclopedia de la vida”, es un mamífero perteneciente a la familia de los cérvidos que habita en gran variedad de bosques a lo largo de todo el continente americano, desde Canadá hasta Sudamérica. Su principal característica es el color blanco de la punta de su cola, razón a la que se debe su nombre. Se considera que la carne proveniente de este corte puede ser del interés de los clientes pertenecientes al mercado Mexicano.

La razón por que se considera una posible factibilidad hablando de la comercialización de la carne de venado de la especie de venado es porque actualmente se realiza la venta de una especie similar en la zona sur del país, en estados como Yucatán, que como ya se sabe es una zona de un alta afluencia de turistas extranjeros principalmente de europeos.

Como parte de esta investigación es necesario determinar las características del mercado al cual se enfrentarán las empresas que acojan este nuevo

modelo de negocio, con el objetivo de elaborar estrategias más adaptadas a las preferencias y a la situación del cliente. Para definir dichas características utilizaremos una investigación documental, la cual se define como la técnica que en base a documentos indaga, interpreta y presenta información utilizada para establecer los fundamentos de un estudio científico o alguno más elaborado.

Planteamiento del Problema

Por la situación ya mencionada en la introducción de este trabajo, desde hace años atrás la ANGADI encontró una oportunidad de negocio para los cazadores y comercializadores informales de carne de venado cola blanca o de otras especies salvajes, que consiste en estructurar empresas dedicadas a la venta de esta clase de productos. Al llevar a cabo dicho proyecto, permitiría aprovechar las actividades de los ciudadanos y les permitiría generar ingresos a los emprendedores en este mercado, pero en dicha idea se presentaron complicaciones tales como la existencia de una demanda limitada o la falta de conocimiento por parte de los empresarios para administrar y organizar esta clase de negocio; como resultado de esto no se ha logrado alcanzar el éxito esperado.

En base a una serie de investigación preliminar llevadas a cabo por estudiantes y docentes investigadores de la Universidad Tecnológica de Nuevo Laredo y de otras instituciones universitarias de la localidad, y en base a la información obtenida en la XXVII convención nacional de ganadería diversificada de la conferencia impartida por el “Ing. Joel Benavides García” y organizada por la ANGADI, se estableció que México tiene mucho potencial para el consumo de este producto. Por otra parte, la consecuencia del plan de negocios es la propuesta de las bases de la mezcla de mercadotecnia del producto, y más en concreto de la carne de venado cola blanca, corte elegido debido a las características anteriormente expuestas en dicho documento, que lo convierten en un producto potencialmente deseado por comensales de gustos exquisitos y que adicionalmente buscan calidad y nutrición en los alimentos que consumen, para que de esta manera se posicione y forme parte de las preferencias de la gente. La mezcla establece las



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

bases para poder realizar o comenzar la comercialización de dicho producto al territorio anteriormente mencionado.

Método de Investigación

Principalmente se maneja una investigación descriptiva, para poder identificar las características generales sobre el consumo de esta clasificación de productos en el mercado. Después usaremos el diseño de investigación demostrativo para determinar posibles estrategias más adecuadas para las 4 P's.

Hipótesis

La propuesta consta en dos partes, primeramente en proponer un mercado cuidadosamente investigado y seleccionado para poder expandir el mercado de oferta de México; en este caso, se propone localmente y en la zona centro de México.

La segunda parte de la propuesta, consiste en el establecimiento de las bases de mezcla de mercadotecnia para este producto, para facilitar a las nuevas empresas y a los emprendedores que no posean el conocimiento suficiente para la gestión de empresas. Después de tener esta mezcla de mercadotecnia, las empresas solamente se encargarían de adaptar las estrategias propuestas a sus recursos.

Objetivo metodológico

Debido a las metas que tiene esta investigación, se tienen diversos sujetos para realizar una búsqueda de información sobre ellos. Uno de ellos es Nuevo Laredo, donde a un mediano o largo plazo se estima que se puede lograr un adecuado posicionamiento en el mercado frente a su competencia directa (la carne de res y cerdo), así como de la indirecta (el resto de los productos cárnicos). Como segundo sujeto de investigación se tiene los restaurantes en donde se ofrezcan a la población en general, platillos elaborados con productos cárnicos, para poder dirigirse a ellos y plantearles la venta de la carne de venado cola blanca y los platillos que es posible realizar con ella. El otro actor a investigar será la población de centro de México para que consuma la carne de venado cola blanca.

Con base a los resultados obtenidos se planteará de forma más estructurada los modelos de

negocios a los empresarios y a los gerentes de los restaurantes.

Se considera como muestra de la investigación el municipio de Nuevo Laredo, debido a que es el territorio que se estableció como mercado meta para la comercialización del producto. Nuevo Laredo, es la el área más próxima a los ranchos cinegéticos de la región, al tiempo que es la sede de ANGADI y el lugar en donde se encuentra establecida la UTNL que está realizando estas averiguaciones.

Se realizó una investigación interna en cuestión a la solicitud realizada por la ANGADI, para la cual se utilizaron entrevistas no estructuradas con el propósito de obtener información concisa de la forma en la que se debe de manejar el proyecto, los objetivos generales de este y el trayecto que debe de tomar. Dichas entrevistas fueron realizadas al personal responsable y a los encargados que se encuentran dirigiendo dicho proyecto.

Dentro del proceso de búsqueda de información para la determinación de la factibilidad del mercado se utilizarán fuentes secundarias, tales como los resúmenes analíticos, los análisis críticos y algunas matrices comparativas. Por otra parte, se propone para el largo plazo, la realización de una investigación mayormente estructurada con información y datos obtenidos de fuentes primarias para comprobar de una forma más acertada, con opiniones personales de los clientes potenciales, la factibilidad de dicho modelo de negocios.

A continuación se muestran los estudios obtenidos como resultados del análisis FODA (ver figura 2) del producto en cuestión, en este caso se refiere a la carne de venado cola blanca, determinando las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que este posee en base a la información obtenida anteriormente.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”



Figura 2: Análisis FODA de la carne de venado cola blanca. Fuente. Elaboración propia Mezcla de mercadotecnia:

Una vez visto el FODA, pasaremos a hacer la propuesta de mezcla de mercadotecnia.

Producto.

Primeramente el producto ofrecido consiste en la carne de venado cola blanca, que puede ser vendida solamente congelada, después de haber pasado por el proceso correcto de limpieza, debido a que es un producto obtenido a través de las actividades cinegéticas.

Características y propiedades de la Carne de Venado Cola Blanca

La carne de venado requiere una elaboración precisa en los tiempos de cocción y se constituye como un auténtico manjar. La carne de venado posee un color oscuro característico de la caza, con una textura fibrosa y musculada. Es una carne tierna de sabor fresco y elegante. Además de su exquisito sabor, la carne de venado cola blanca se destaca por ser la más saludable y natural de las carnes rojas que se pudieran ofertar en el mercado. El mejor sabor de lo natural. Se considera especial para mantener una vida saludable para una dieta que incluya carne roja. Es alta en hierro y proteínas, baja en grasas saturadas. En la figura 3 vemos representadas el porcentaje de nutrientes que aporta una porción



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

media (113.4 gramos) de carne de venado cola blanca al valor diario recomendado.

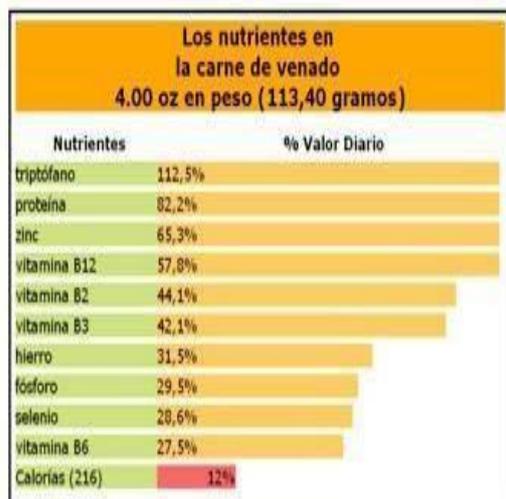


Figura 3. Nutrientes de la carne de venado. Fuente: Carne de caza.⁸

De igual manera en la tabla 1 vemos como la densidad de los nutrientes de la carne de venado cola blanca, está considerada entre buena y excelente para la Regla que mide el Raiting de alimentos saludables del mundo. Entendiendo que se está ante una muy buena, o excelente fuente de elementos clave para la nutrición humana. En síntesis, el venado tiene menos calorías, colesterol y grasa que la mayoría de los cortes de vacuno, ternera, cerdo y cordero, aproximadamente unas 158 kcal por cada 100 g, y es una fuente práctica de los siguiente micronutrientes: niacina, potasio, fósforo, hierro, selenio y zinc.

Tabla 1: Alimentos Raiting de la carne de venado cola blanca.

| Venado 4,00 oz-wt 113,40 gramos 216,59 calorías | | | | |
|--|-----------|-------|------------|-------------------------|
| Nutritivo | Cantidad | DV | Nutrientes | Más saludable del mundo |
| | | (%) | Densidad | Alimentos Raiting |
| triptófano | 0,36 g | 112,5 | 9,3 | excelente |
| proteína | 41,14 g | 82,3 | 6,8 | excelente |
| zinc | 9,80 mg | 65,3 | 5,4 | muy bueno |
| vitamina B12 | 3,47 mcg | 57,8 | 4,8 | muy bueno |
| vitamina B2 | 0,75 mg | 44,1 | 3,7 | muy bueno |
| vitamina B3 | 8,43 mg | 42,1 | 3,5 | muy bueno |
| hierro | 5,68 mg | 31,6 | 2,6 | bueno |
| fósforo | 295,97 mg | 29,6 | 2,5 | bueno |
| selenio | 20,07 mcg | 28,7 | 2,4 | bueno |
| vitamina B6 | 0,55 mg | 27,5 | 2,3 | bueno |

| Más saludable del mundo Alimentos Raiting | Regla |
|---|--|
| excelente | DV> = 75% o densidad> = 7,6 y DV> = 10% |
| muy bueno | DV> = 50% O densidad> = 3,4 y DV> = 5% |
| bueno | DV> = 25% o densidad> = 1,5 y DV> = 2,5% |

Fuente: Carne de caza⁹

El venado puede comerse en filetes, tournedós, asados, salchichas, en cecina o picado, molida para hamburguesas, en guisados, embutidos, etc.

8

<http://www.whfoods.com/genpage.php?tname=foodspice&bid=139>

⁹ Ibídem.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

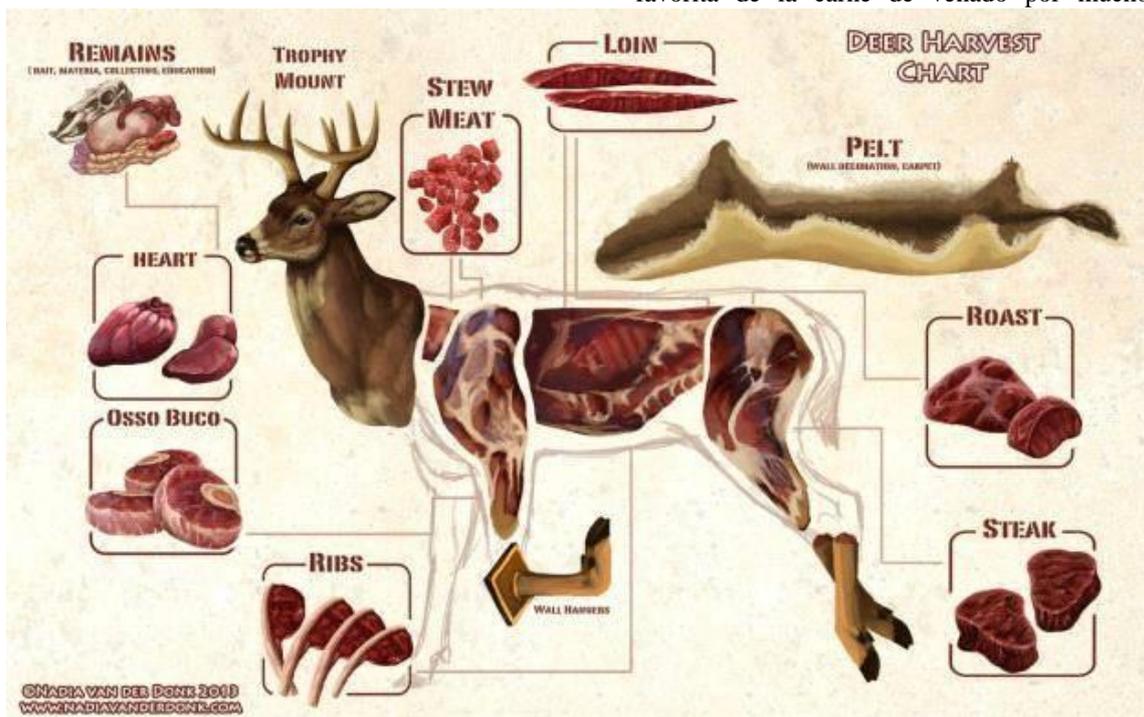
“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Tiene un sabor parecido a la ternera. Tiende a tener una textura más fina y ser más magra que los cortes equivalentes de ternera, pero también puede resultar dura. A veces se consumen también las asaduras, pero no se las llama «venado» sino que se prefiere el término «ciervo» (como en el pastel de ciervo). **Los Siete Mejores Cortes del Venado** Creemos conveniente hablar ahora de los siete principales cortes de carne de venado cola blanca, para hacer patente la manera en la que se podría comercializar dicho producto. En la figura 4 se ven ilustrados los cortes, y a continuación los pasamos a describir, diciendo de que maneras se presentan y como se pueden cocinar. **Figura 4: Cortes de carne del Venado Cola**

Lomo: el lomo del venado es muy sabroso y tierno. Suele ser la opción de carne preferida. En una vaca de ganado, se le llama filet mignon que es carne muy suave y muy costosa, es comparativo al lomo de venado. Una de las formas favoritas de cocinar el lomo es con mantequilla y freír u hornear.

Carne asada: se asan grandes cortes de carne y se le termina de cocinar en una olla de cocción lenta o en el horno a fuego lento. Generalmente, se prefieren cortar asados de filete en pequeñas tiras de carne para fajitas. El asado es lo que se toma de la grupa o cuarto trasero del venado. Asar la carne puede hacer que sea muy tierna y sabrosa.

Bistec: Filete de carne de venado es la parte favorita de la carne de venado por muchos



Blanca. Fuente. Nadia van der Donk¹⁰

Stew Meat: Estofado de carne es esencialmente un poco de carne procedente de los mejores cortes de un animal que no se utilizan para la elaboración de la carne para hamburguesas. Son cubitos para hacer estofado de carne por lo que fácilmente se puede cocinar en una olla de cocción lenta. Esta humedece la carne y saca más sabor, sobre todo con las especias adecuadas.

cazadores. Para obtener los filetes, se debe cortar la carne perpendicular a la fibra muscular. Se puede cortar fino o grueso, dependiendo de la preferencia del consumidor.

Costillas: Carne de costilla es la favorita para muchas personas y se puede cocinar de muchas

¹⁰ <https://www.artstation.com/artwork/Ew81N>



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

maneras diferentes. Se pueden freír, hacer a la parrilla

Osso Buco: se usa principalmente estofado y su sabor es increíble. Esta parte del venado incluye un hueso con un agujero en él y que permite una cocción uniforme en todas partes. La carne suele ser de 1,5 pulgadas de espesor y ofrece una gran cena.

Corazón: El corazón es uno de los órganos más grandes y de mejor degustación que se puede comer de caza silvestre. El corazón del venado, para muchos cazadores es de lo más delicioso. Cuando esta carne está bien preparada, puede ser muy buena y muy tierna.

Los subproductos del faenamiento del venado incluyen el cuero, la cornamenta (con aplicaciones medicinales), y la cornamenta afelpada o “velvet”. En el sur de México, existe ya una tradición en la comercialización de la carne de venado, por lo que su comercialización no será del todo desconocida en el mercado que estamos tratando (zona noreste e interior de la república)

Desde comienzo de la segunda década del siglo XXI la ANGADI ha venido dando difusión, promoción, publicidad y propaganda a la carne de venado cola blanca del norte del país, tanto para su consumo interno como para su exportación, prueba de ello son los eventos realizados en el 2015: la “XXVII Convención Nacional de Ganadería Diversificada”, la muestra gastronómica denominada Taco Fest 2015 y el evento “Nuevo Laredo Vive Fest 2015”. En este último, entre otras múltiples actividades se dieron degustaciones de diversos platillos típicos de la región y de entre ellos guisos elaborados con carne de venado.

De esta manera se está empezando a introducir el producto tanto entre los consumidores como entre los restaurantes, a los cuales además, se tratará de proponerles recetas para que consideren y noten la utilidad del producto.

Precio

Se recomienda utilizar una estrategia de precios de penetración del mercado, que consiste en fijar un precio relativamente bajo. Dicha estrategia solamente se usará para introducir el producto al

mercado; ya una vez posicionado se ubicará en su rango normal.

Con esta estrategia se pretende conseguir un nivel aceptable de ventas y posicionar el producto ya que muchos clientes toman sus decisiones en base al precio y es probable que prefieran inmediatamente este producto.

Aun así tendremos que cuidar no entrar con un precio demasiado agresivo para que no se traslade una imagen de baja calidad del producto.

De acuerdo a la ANGADI “Si el precio por kilogramos de carne de venado fuera de 150 pesos, hablaríamos de un mercado del orden de \$1,800 millones de pesos mexicanos” Serna, G. (2015)

Plaza

Se recomienda realizar la distribución de manera directa con los restaurantes y en eventos gastronómicos.

El hecho de empezar con estos dos lugares se debe a que estamos tratando de introducir el sabor y la calidad de la carne de venado en un mercado que lo desconoce en su gran mayoría. Al ofrecerlos ya cocinados los consumidores van a poder apreciar sus características y lo comprarán para cocinarlo en sus casas.

Posteriormente se podría generar la comercialización del producto a través de la página web de ANGADI y de sus redes sociales, o con un canal de venta online en específico para este producto. Pero con el respaldo de ANGADI, pues el hecho de tener a esta organización nacional detrás, garantizará que se pueda satisfacer la demanda y que se pueda sustentar la inversión. Debemos recordar que esta actividad será una actividad secundaria para los criadores de venados.

Promoción

Se utilizarían diversas herramientas de promoción para la venta del producto, debido a que se pretende vender el producto especialmente a restaurantes al corto plazo, se recomienda manejar técnicas donde se establezca directamente una relación con el cliente desde el comienzo, así como la venta personal y el marketing directo.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Además de que estas herramientas permiten el contacto directo con el cliente, son las más adecuadas para convencer y negociar. Por otra parte, se puede mencionar al cliente todos los componentes del producto y las ventajas que este cuenta a comparación del producto ya posicionado, en términos de información nutrimental y de precio. Una propuesta para el largo plazo es ofrecer descuentos para los compradores mayoristas más frecuentes, lo que garantiza un lugar en el mercado y la fidelización de los clientes.

Conclusiones

La principal área de distribución del venado cola blanca considerada susceptible de producción de cárnicos incluye 47 municipios del noreste de México, con una superficie del orden de 9.9 millones de hectáreas de diversos tipos de matorrales: 22 municipios (3.6 millones de ha) de Nuevo León, 13 (3.7 millones de ha) de Coahuila y 12 (2.6 millones de ha) de Tamaulipas.

Según estudios de capacidad de carga del hábitat natural, realizados en diversos tipos de matorrales de Nuevo León y matorrales del sur de Texas, y estudios de estimaciones de densidad media de población de venados cola blanca realizados en Coahuila, Tamaulipas y Nuevo León, se estima que la capacidad de carga promedio ponderado del área potencial de aprovechamiento de cárnicos de venado cola blanca del noreste de México es del orden de un venado (macho, hembra o cría) por cada doce hectáreas de hábitat natural (1 vcb/12 ha u 8 vcb/km²).

Asimismo, se estima que, a corto plazo, se cosecharía un total de 25 mil venados cola blanca hembras, estimada sobre la base promedio de 40 kg de carne en canal por venado hembra o macho, con un valor de mercado de \$150 millones de pesos mexicanos, con base en un costo unitario de \$150 pesos mexicanos por kg de carne.

Sugerencias

La principal sugerencia hablando de la factibilidad del negocio, es realizar una investigación de mercado en el campo que demuestre las preferencias de los clientes y de los consumidores.

Respecto a la mezcla de mercadotecnia, se recomiendan seguir las propuestas marcadas en especial la de potenciar la promoción de este tipo de carne en eventos gastronómicos y en los restaurantes.

Para la producción de carne, al largo plazo se propone también la instalación de criaderos similares a los que se tiene para la producción de carne proveniente del bovino, pero esta sugerencia solamente se hace en el caso de que la demanda ya no pueda ser satisfecha con las actividades cinegéticas, debido a que esto significaría una inversión más grande y un aumento al precio del producto.

Fuentes documentales

Becerra, O. E. (Mayo 2012). *Elaboración de instrumentos de investigación*. México.

Instituto Tecnológico Superior de Escárcega (2013). *Guía para la realización de una investigación documental*. Instituto Tecnológico Superior de Escárcega. Campeche, México.

Jiménez Pérez, S. (2006). *Estimación poblacional de venado cola blanca (odocoileus virginianus miquihuanensis) en predios del municipio de Parras de la Fuente, Coahuila*. Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro, México.

Kotler, P.; Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing (6ª edición)*. Ed. Prentice Hall, México

Serna, G. (2015) CIENCIA UANL / AÑO 18, No. 71, ENERO-FEBRERO 2015. Recuperado de <http://eprints.uanl.mx/3862/1/Ciencia%20UANL%2018%2C71.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, por sus siglas en inglés: Food and Agriculture Organisation of the United Nations) (1979). *El nuevo mercado internacional de la carne de animales salvajes*. Estados Unidos. <http://www.fao.org/docrep/18790s/18790s05.htm>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE),



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Estadística de la Agricultura en Europa
2014, Recuperado de
http://www.oecdilibrary.org/agriculture-andfood/data/oecd-agriculture-statistics_agrdata-en

Thompson, I. (Agosto 2005). *La mezcla de mercadotecnia*. México.
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mezcla-mercadotecnia-mix.htm>

Trujano, I. (Septiembre 2013). *El aprovechamiento del Venado cola blanca en México, una actividad con escasos modelos de negocio viables*. México.
<https://ivantrujanobiologo.wordpress.com/2013/09/12/el-aprovechamiento-delvenado-cola-blanca-en-mexico-unaactividad-con-escasos-modelos-denegocio-viables/>

Venadopedia. Venados, Enciclopedia Experta (sin año de publicación). *Caza del venado*. México.
<http://www.venadopedia.com/caza>
<http://www.venadopedia.com/caza-venado/venado/>

Venegas Luna, V. (2004). *Proyecto de inversión para la producción y comercialización de carne conejo en el estado de Oaxaca*. Universidad Tecnológica de la Mixteca, México.

Villareal González, J. G. (2006). *Venado Cola Blanca: Manejo y Aprovechamiento Cinegético*. México.

Villareal González, J. G. (2014). *Guía de campo para el cazador responsable de venado cola blanca*. México.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Al fin y al cabo el agua no es importante

Área temática VI: Responsabilidad social en la sustentabilidad

Autores:

Vicente Ángel Ramírez Barrera

Cuerpo académico de matemáticas en ciencias sociales
Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco
varbar@correo.xoc.uam.mx, teléfono: 01 728 2821377

Ángel Eduardo Ramírez Nieves

Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Ixtapalapa
ae.ramirez@xanum.uam.mx

Joel Pérez Madrid

Universidad Tecnológica del Valle de Toluca jopemad@hotmail.com

Al fin y al cabo el agua no es importante

Resumen: Actualmente toda la atención y miradas están en la realización de la construcción de la autopista de paga La Marquesa (municipio de Ocoyoacac) a la Ciudad de Toluca y del tren interurbano de pasajeros de alta velocidad



5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

denominado Toluca – Valle de México. Ante las actividades que se están desarrollando para mejorar y agilizar el transporte de la Ciudad de México al Valle de Toluca, es necesario reflexionar y cuestionarse acerca de los beneficios y daños que causan ambos proyectos. El presente trabajo tiene como propósito llevar a cabo una reflexión sobre las consecuencias en la captación y conservación del agua en el municipio de Lerma de Villada.

La situación del municipio de Lerma de Villada es un daño colateral irreparable, aunque el discurso de responsabilidad social que ha adoptado el gobierno mexicano, como una estrategia para incursionar sus acciones de progreso, no deben estar limitadas a su aceptación y admiración como grandes maquinarias que se utilizan para construir estructuras modernas cuando realmente son operaciones agresivas contra recursos naturales que no se recuperarán jamás.

Abstract: *At present all attention and looks are in the construction of the freeway of La Marquesa (municipality of Ocoyoacac) to the City of Toluca and the intercity high speed passenger train called Toluca - Valle de México. Given the activities that are being developed to improve and expedite the transportation of Mexico City to the Valley of Toluca, it is necessary to reflect and question about the benefits and damages caused by both projects. The present work has as purpose to carry out a reflection on the consequences in the capture and conservation of the water in the municipality of Lerma de Villada. The situation of the municipality of Lerma de Villada is an irreparable collateral damage, although the discourse of social responsibility that the Mexican government has adopted, as a strategy to penetrate its actions of progress, should not be limited to its acceptance and admiration as great machinery that are used to build modern structures when they are really aggressive operations against natural resources that will never be recovered.*

Palabras clave: Daño ecológico, Lerma, discurso político y coercitividad.

Introducción

Actualmente toda la atención y miradas están en la realización de la construcción de la autopista de paga La Marquesa (municipio de Ocoyoacac) a la Ciudad de Toluca y del tren interurbano de pasajeros de alta velocidad denominado Toluca – Valle de México, que en realidad va a tener sus estaciones terminales en el municipio de Zinacantepec del Estado de México y el metro Observatorio en el poniente de la Ciudad de México. Los dos proyectos han ocasionado durante su desarrollo que recursos naturales sean devastados con prácticamente nula oportunidad de rehacerlos. El marco teórico de este documento se conformó con dos campos disciplinarios; uno es sobre responsabilidad social y el otro es del nuevo institucionalismo. El presente trabajo tiene como propósito llevar a cabo una reflexión sobre las consecuencias en la captación y conservación del agua en el municipio de Lerma de Villada.

A continuación se presenta un panorama de lo que está ocurriendo en el municipio de Lerma de Villada desde la perspectiva del enfoque del nuevo institucionalismo para los actos coercitivos de las instituciones

gubernamentales de los tres niveles (Federal, Estatal y Municipal). En este caso, la imposición de planes de desarrollo de transporte Ciudad de México – Valle de Toluca, aun cuando el precio es la pérdida de valiosos espacios de cultivo y, principalmente, zonas de acumulación de agua de lluvia, más lo referente a la flora y fauna que ahí habita. Esto es, se busca expresar el alcance que tiene el discurso de la responsabilidad social desde el enfoque crítico del nuevo institucionalismo.

La discusión y las conclusiones son planteamientos para reflexionar acerca de las formas en que se determinan las condiciones que se le imponen o se autoimpone una sociedad, al asumir grandes costos ecológicos al aceptar a un sistema capitalista dentro de un formato de concesión a empresas privadas.

Descripción del problema

Ante las actividades que se están desarrollando para mejorar y agilizar el transporte de la Ciudad de México



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

al Valle de Toluca, es necesario reflexionar y cuestionarse, como por ejemplo, ¿Las acciones coercitivas del gobierno deben ser aceptadas en la sociedad, a pesar de que estas resultan devastadoras para recursos naturales insustituibles? ¿La sociedad debe permitir que instituciones y empresas particulares actúen sin responsabilidad social? Y ¿Es justo que, aprovechando la generación de grandes cantidades de tierra y piedra extraídas para realizar los proyectos multicitados, particulares e instituciones rellenen zonas de acumulación de agua fluvial para asentarse sin una planeación urbana?

Ambos proyectos muestran ser contradictorios en forma significativa; porque por una parte se considera la construcción de grandes estructuras con las cuales se traerán beneficios sociales tanto en traslado de personas y bienes como de tiempo entre la Ciudad de México y los municipios del Valle de Toluca y, por el otro lado, se genera una situación que deteriora recursos naturales con un alto valor ecológico. Por tanto, es necesario un análisis para comprender los beneficios que se obtendrán y las repercusiones ecológicas que sufrirán las futuras generaciones de la sociedad en el municipio de Lerma de Villada, Estado de México.

Debido a que la responsabilidad social actualmente es un tema de mucho interés, merece de una reflexión desde una perspectiva crítica posmodernista; es decir, que los proyectos de infraestructura que construye el gobierno mexicano no implique el sacrificio de recursos naturales de gran valor ecológico y aún más, se aprovechen otros para afectar de manera definitiva recursos fluviales que sin duda serán necesarios en un futuro no muy lejano.

En resumen, se debe estudiar y discutir el discurso del gobierno en sus tres niveles (federal, estatal y municipal) que pregonan como el avance hacia una sociedad moderna con la construcción de grandes y costosas estructuras, pero que resulta controvertido cuando va más allá de los límites de conservación y cuidados de recursos naturales que son únicos e insustituibles.

Objetivo

Recapacitar hacia donde nos conducen acciones que están haciendo desaparecer mantos de agua como consecuencia de las formas coercitivas disfrazadas que el gobierno mexicano (en sus tres niveles Federal, Estatal y Municipal) utiliza como estrategia de inserción a una sociedad en desarrollo, en este caso mediante la construcción de grandes estructuras, que en la realidad no conducen hacia un desarrollo sustentable.

Marco teórico

El marco teórico de este documento se conformó con dos campos disciplinarios; uno es sobre responsabilidad social y el otro es del nuevo institucionalismo. Son teorías que permiten la reflexión de fenómenos o situaciones donde están implicados asuntos sociales con relación a la ecología o recursos naturales de una región.

Stoner y Freeman (1996) señalan que las organizaciones, principalmente las grandes, han sido objeto de muchas críticas. Durante el siglo XX hubo movimientos en pro de los derechos civiles y de los consumidores que achacaban a éstas la responsabilidad de una larguísima lista de problemas sociales. Citan también que el principio de la custodia de Andrew Carnegie dicta que las organizaciones se deben considerar custodias (es decir, cuidadoras) de los bienes que les han sido entregados para provecho de la sociedad entera. Asimismo, *declaran que en 1979, Archie Carroll combinó los conceptos filosóficos de responsabilidad social y los de capacidad de respuesta para crear la teoría de desempeño social de la empresa; para Carroll significaba que “los principios económicos, jurídicos y éticos daban forma al terreno de los debates sobre responsabilidad social”. De esta manera, cuando los dirigentes tomarán sus decisiones y establecieran sus políticas podían reflejar una de entre cuatro posiciones: 1) Reactiva (la organización responde a un asunto social después de que éste ha puesto en riesgo las metas de la misma; 2) Defensiva*



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

(la organización actúa para protegerse de un enfrentamiento); 3) Acomodaticia (la organización se ciñe a los requisitos del gobierno y la opinión pública o 4) Proactiva (la organización se anticipa a demandas que no han sido planteadas). Chiavenato (2009) define la responsabilidad social como las obligaciones que asume una organización para preservar o incrementar el bienestar de la sociedad al mismo tiempo que trata de satisfacer sus propios intereses. Por tanto, la responsabilidad social obliga a la organización a adoptar políticas, tomar decisiones y emprender acciones de beneficio colectivo. En otras palabras, es un compromiso administrativo que tienen los directivos de las organizaciones privadas o los gobernantes elegidos de las públicas, para actuar en bien de la sociedad y de la organización simultáneamente. Posteriormente, él mismo establece que *una organización que asume su responsabilidad social es aquella que cumple entre otras obligaciones con la inclusión de objetivos sociales en sus procesos de planeación y presenta informes a los miembros de la organización y a sus grupos de interés sobre los avances de su responsabilidad social.*

Es un hecho que toda organización produce alguna repercusión en su entorno; los efectos pueden ser positivos si las decisiones y acciones de la organización benefician al medio, o pueden ser negativos si la organización causa problemas o perjuicios al ambiente. Sin embargo, la mayoría de las organizaciones son contrarias a tener una responsabilidad social, a ellas lo que les preocupa es básicamente aumentar las ganancias al máximo posible y si actúan “a favor de la responsabilidad social” es con el fin de garantizar su supervivencia a largo plazo, satisfaciendo los intereses de los múltiples grupos que hay en la sociedad y de su entorno ambiental, para lo cual consideran tener i) *Relaciones transparentes con la sociedad*, ii) *Responsabilidad frente a generaciones futuras*, iii) *Autorregulación de su conducta*, iv) *Comprensión de las dimensiones sociales de los actos económicos (producción, generación de renta, consumo y acumulación)* y v) *Selección de agentes y de grupos de interés que integran las cadenas productivas y la administración de los efectos internos y externos de sus actividades. En respuesta a esto último, la sociedad debe tener responsabilidades también, por ejemplo, a)*

Establecer reglas claras y consistentes. Esta es una tarea que la sociedad debe realizar por medio de su gobierno, b) Hacer que las reglas sean técnicamente viables, con estándares alcanzables, c) Asegurar que las reglas sean económicamente viables, d) Hacer que las reglas sean prospectivas y no reactivas y e) Hacer que las reglas estén orientadas para alcanzar objetivos y no para prescribir procedimientos.

Este “fenómeno se explica principalmente por el convencimiento por parte de los administradores (privados y públicos) de que los esfuerzos de responsabilidad social que hagan sus organizaciones serán recompensados por distintos stakeholders (interesados)” (Mercado y García, 2007). Sin embargo, “la proliferación de teorías, perspectivas y terminologías en la literatura académica que estudian los fenómenos asociados a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha provocado una elevada confusión cuando se pretende abordar su estudio” (Lantos, 2001).

Haciendo énfasis en las conclusiones de Alvarado (2009), en su estudio de Perspectivas teóricas de la RSE, con base a los tipos de racionalidades del rol empresarial o institucional ante la perspectiva de la RSE, se resalta que: “*Del análisis de la clasificación propuesta se puede extraer la siguiente conclusión: parece existir una íntima relación entre la racionalidad subyacente en las teorías utilizadas para el estudio de RSE, y la concepción del rol de la empresa (o institución). Sin embargo, a medida que el estudio de la RSE se apoya en teorías con racionalidades jurídicas o económicas, es más probable que se conciba a la empresa como una institución maximadora de utilidades. Pero, aproximaciones a la RSE desde lógicas sociológicas o éticas, algunas teorías parten de una concepción de empresa más abierta al servicio de la comunidad*”. En este sentido, Ibarra (2007) señala a diversos autores representantes del “nuevo institucionalismo”, que han realizado propuestas teóricas para conceptualizar este importante campo crítico de los Estudios Organizacionales como son Hall y Taylor 1996; Tolbert y Zucker 1996; Fligstein 1999; Powell y DiMaggio 1999; Nielsen 2001; Scott 2001. Además declara que: “*El nuevo institucionalismo, se ha conformado como una*



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

perspectiva teórica muy relevante para analizar diversos fenómenos sociales contemporáneos que no eran adecuadamente explicados desde posiciones teóricas convencionales o desde aquellas de orden crítico que por su nivel de análisis desatendían la especificidad de los fenómenos, de sus procesos de estructuración y su funcionamiento. Se trata de una nueva propuesta en expansión que se encuentra presente prácticamente en cualquier terreno disciplinario y que aborda todo problema relevante de la sociedad moderna contemporánea”.

Benito y Sánchez (2011) determinan, que: “los principios de responsabilidad social pueden y deben integrarse en cualquier tipo de organización”; es decir, que las instituciones gubernamentales están obligadas a abordar este tipo de políticas como un grado de desarrollo de su capital relacional y estructural. La importancia de “la responsabilidad social para el desarrollo regional, es considerado como un factor del sistema actual económico, caracterizado por la sociedad de la información y la productividad, que no depende únicamente del incremento cuantitativo de los factores de producción, sino también de la aplicación de conocimientos e información a la gestión, la producción y la distribución, tanto en los procesos como en los productos” (Borja y Castell, 1997). Dueñas (2013) señala que “el papel de la RSE en los cambios de comportamiento es relevante. Así, por ejemplo, se pueden observar contextos como el español, donde se ha determinado que la RSE juega un papel central dentro de la variable reputación de las organizaciones y por lo tanto tiene un efecto en el comportamiento del consumidor (sociedad)”. Con base en lo anterior, Calderón et al. (2011) señalan que “la gestión humana está trascendiendo su papel instrumental para convertirse en apoyo para la competitividad de las organizaciones y uno de los aspectos en que tienen que apoyar a la empresa es en el cumplimiento de su responsabilidad social”.

Para el nuevo institucionalismo, “resulta especialmente relevante la consideración de un comportamiento irracional como una de las fuentes fundamentales de la racionalidad”; es decir, que el raciocinio mostrado por el gobierno en sus decisiones relacionadas con la Responsabilidad Social, están

delimitadas ante las relaciones sociales. Un argumento que es pertinente citar ahora es el pensamiento de Karl Marx acerca de las instituciones que han dado forma al capitalismo: “encuentran importantes elementos de explicación, no sólo por el papel que las estructuras económicas desempeñan delimitando las relaciones sociales, sino por la importancia que otorga al papel del Estado como regulador de las relaciones sociales y los derechos de propiedad”. (Giddens, 1998)

Ibarra (2001) y Dean (1999) señalan que el nuevo institucionalismo puede ser considerada como una formulación alternativa para la gubernamentalidad institucional, al determinar que: “la capacidad del nuevo institucionalismo sociológico como aproximación explicativa de las nuevas realidades en que operan las instituciones. Asimismo, será una oportunidad para ampliar la perspectiva teórica del nuevo institucionalismo sociológico, que se puede ver ampliamente enriquecida a partir de la recuperación de algunas formulaciones desarrolladas por la teoría de gubernamentalidad”.

Metodología

Para llevar a cabo el análisis se aplicó una metodología de investigación de tipo documental, manteniendo presente los riesgos de interpretación por parte de los autores. Para ello, fue necesario consultar fuentes de información bibliográfica específica en temáticas de responsabilidad social, nuevo institucionalismo y análisis del discurso para que dieran soporte teórico a las observaciones de los actos dominantes dentro del marco de un fenómeno con diferentes escenarios.

Cabe mencionar que para realizar la investigación documental también se consultaron fuentes hemerográficas. Es decir, se utilizó un enfoque cualitativo apoyado en una técnica de investigación documental, con la finalidad de entender los efectos positivos y negativos de los proyectos y fenómenos citados. Esta estrategia permitió a través del análisis de la documentación y la observación directa revisar los antecedentes del objeto de estudio e interpretar una realidad actual (Yuni, et al., 2014). Posterior a la recopilación el material documental, se prosiguió con la interpretación y análisis de la información, que dio



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

paso a la conceptualización de la responsabilidad social desde la perspectiva del nuevo institucionalismo.

Discusión/Conclusiones

Para llegar a las conclusiones es necesario primero hacer una reseña de lo que ha sido y es ahora Lerma de Villada. Es un municipio del estado de México¹¹ que está ubicado al poniente de la Ciudad de México; aunque no colinda con ésta. Se sitúa entre los municipios de Ocoyoacac por el sur, Toluca por el oeste, Xonacatlan por el norte, San Mateo Atenco por el sur – oeste y Huixquilucan por el norte – este. Antes de la llegada de los españoles, varios grupos humanos conformaron la cultura mesoamericana en los límites geográficos donde se localiza el estado de México actualmente. Algunos alcanzaron un grado cultural elevado, mientras que otros estaban en proceso de adquirirlo al arribo de los europeos.

El valle de Toluca fue escenario del desarrollo cultural de grupos humanos que han transitado en él desde hace miles de años (quizá 20 000). En la época en los cazadores-recolectores fueron contemporáneos de los grandes animales del periodo pleistocénico, como el mamut. En las riberas del río Lerma se han encontrado enormes huesos de mamut fosilizados. Pasada la época de cazador-recolector, los habitantes del valle iniciaron la agricultura, una vida más sedentaria y empezaron a adquirir características culturales. En el periodo preclásico (2000 a.C.) empiezan a formarse pequeñas aldeas cercanas a ríos o lagos, lo que les permite desarrollar cultivos más regulares de maíz, frijol y calabaza; completaban su alimentación con conejos, ardillas, venados y aves.

Los otomíanos¹² se encuentran entre los más antiguos pobladores del territorio original que formara el Estado de México. De entre los grupos que forman ésta familia, surgieron los primeros asentamientos en el valle de lo que ahora es Lerma¹³. Hay referencias fehacientes que corroboran que el valle de Toluca, valle de Matlazincó o de Nepintahui, hasta los tiempos de la colonia estaba ocupado por la ciénaga de Chicnahuapan (hoy Lerma), que abarcaba desde Tenango hasta Xonacatlán, y desde Toluca hasta las faldas del monte de las cruces (los montes llegaban hasta Toluca y las chinampas se hallaban cerca de la ciénaga). Uno de los grupos Matlazincas (otomíes) fundó el pueblo de Lerma, con el nombre prehispánico Cacamilhuacán, que significa “Milpa de cuervos”. A la llegada de los aztecas, tres principales grupos étnicos estaban distribuidos en el valle de Toluca de la siguiente manera:

- Los otomíes dominaban principalmente el norte del valle de Toluca y tenían como límite el territorio que hoy ocupa el municipio de Lerma y Ocoyoacac, con algunas comunidades dispersas entre los mismos.
- Entre 1250 y 1478 d.C., sería coincidente la llegada de algunos grupos chichimecas al valle de Toluca, que por haberse establecido en los lugares cerca de la laguna de Lerma y por hacer gran uso de las redes al practicar la pesca e incorporarse culturalmente se les llamo matlames o Matlazincas, Malinalcas u Otomíes surianos. La influencia entre éstas culturas fue tan grande que éste valle se conocía como valle Matlazingo y el río que nacía en la laguna de Chiconahuapan ó Chignahuapan, se llamaba Chiconahuatenco, río grande o Matlazingo, y conservo su nombre hasta finales del siglo XVIII.

¹¹ El Estado de México es uno de los 31 estados que, junto con Ciudad de México, conforman las 32 entidades federativas de los Estados Unidos Mexicanos. En el año 2010 lo habitaban 15.2 millones de personas en una superficie de 22351 Km². Su capital es Toluca de Lerdo.

¹² **Otomíes significa:** “Flechadores de pájaros” de “Totótl” pájaro y “Mitl” flecha.

¹³ Lerma está ubicada en el valle de Toluca, exactamente Toluca, por que recibe el nombre de su deidad: Toloztín o Coltzin, derivada de tolo, dios de la cabeza inclinada y can lugar; “lugar del dios Tolo”.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

- Cuando los aztecas llegaron al valle de los Matlazincas, debieron darse cuenta que era una región lacustre muy parecida al valle de Anáhuac con grandes manantiales, con tres lagunas y un gran río que se originaba en la laguna de Chiconahuapan.

Muy poco varió la relación de los grupos Matlazincas – otomíanos con la influencia española; pues como sabemos, la nación otomí se extendía hacia el norte por Xoacatlapan, Temoaya, Oztolotepec, Jiquipilco, Jilotzingo, Jilotepec, Chapa de Mota, etc. Y abarcó buena parte de los estados de Querétaro e Hidalgo; esto da una idea de que los pueblos de Lerma eran la región otomíana más al sur.

Posterior a 1532, Vasco de Quiroga en sus viajes a la región de Michoacán le hicieron conocer la isla de Tultepec, al parecer las dos islas una donde se fundó el pueblo de San Pedro Tultepec y la otra, la isla Santa Clara, donde se fundaría más tarde la ciudad de Lerma, eran conocidas ambas, como Tultepec. Las dos islas estaban rodeadas de tulares en medio de la laguna, con la diferencia de que una estaba en los límites de Tlalaxco y la otra en los límites de Ocoyoacac. En 1535, Vasco de Quiroga compra al cacique de Ocoyoacac, Martín Chimaltecatl, la isla.

Posteriormente, entran en querrela, al parecer porque después de la compra – venta de la isla, el cacique intentó retractarse, sin embargo, la isla si fue concedida a Vasco de Quiroga el cual hizo traer gente del hospital de Santa fe para poblarla, de ahí, que el origen de los de Tultepec sea de gente azteca o tenochca, hablantes de la lengua náhuatl, con tradiciones y costumbres un tanto distintas a las de los pueblos otomíes de la región. En 1613, cuando Martín Reolín Barejón solicita la fundación de una nueva ciudad o villa, se encuentra como corregidor a Alonso de la Loa para verificar el mandamiento y ejecución de los títulos de la nueva fundación de la ciudad de Lerma.

En la época de independencia, el hecho más notable que se relaciona con Lerma, fue la Batalla de las Cruces, ocurrida el 30 de octubre de 1810, y

posteriormente la batalla de Lerma que se efectuó el 20 de mayo de 1812. Durante la Reforma es importante mencionar que antes de la sangrienta Guerra de Reforma, Lerma fue residencia de los supremos poderes del Estado de México.

El 6 de mayo de 1868, siendo gobernador provisional del Estado de México, Cayetano Gómez y Pérez, se decreta en la ciudad de Toluca, la creación del distrito de Lerma. El decreto número 37, en su artículo 5° dice lo siguiente: “Se erige un distrito político y judicial de las municipalidades Lerma, San Bartolomé Oztolotepec, Ocoyoacac y Huixquilucan”. Durante el tiempo que fue distrito la ciudad de Lerma, hubo algunos cambios: se agregaron o suprimieron municipios, por ejemplo: Siendo gobernador del Estado Libre y Soberano de México, Mariano Riva Palacio, se erigió la municipalidad de San Mateo Atenco, del distrito de Lerma, el 12 de octubre de 1871. En ese mismo decreto en el artículo 2°, se agrega a la municipalidad de Lerma, la Hacienda de Doña Rosa, perteneciente a Toluca.

En 1874 se separó San Pedro Tultepec de San Mateo Atenco y pasó a formar parte de Lerma, dejando desde entonces una franja de tierras en litigio de San Mateo Atenco y Metepec. El decreto de separación lo publicó José Vicente Villada, gobernador constitucional del Estado libre y soberano de México en 1899. En el decreto número 28, con fecha del 7 de mayo de 1891, en su artículo 1° se segrega Temoaya del distrito de Lerma y se agrega al de Toluca.

Durante el mandato de Porfirio Díaz, Ignacio de la Torre y Mier¹⁴, era dueño de la Hacienda de San Nicolás Peralta, y su hermano Tomás, dueño de la Hacienda de Santa Catarina. Ignacio de la Torre era uno de los hombres más ricos de México, y aunque no era político, tenía una gran influencia dada su relación familiar con el Presidente Porfirio Díaz. La hacienda de San Nicolás Peralta tenía una gran superficie dedicada principalmente a la agricultura y estaba situada junto a la tercera laguna que formaba el río Matlazingo o río Lerma. Tuvo una superficie de 5418

¹⁴ Ignacio de la Torre y Mier, fue uno de los terratenientes más adinerados de México antes de la



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

hectáreas, equivalente a 126 caballerías, la hacienda de Santa Catarina, presenta similares características. Es importante saber que en el municipio de Lerma, antes del movimiento armado había 16 haciendas y 20 ranchos, y en el Estado de México había 418 haciendas y 557 ranchos. Durante los primeros años de la Revolución, la calma reinante en la mayor parte de los distritos de Toluca y Lerma, fue la tónica que prevaleció, debido al control militar que las autoridades estatales ejercían sobre esos territorios, mediante la asignación de partidas armadas en las cabeceras distritales. No obstante las haciendas de Doña Rosa, Santa Catarina, y San Nicolás Peralta pertenecientes al municipio de Lerma, fueron objeto de

Revolución, tanto que hizo traer el ferrocarril hasta la puerta de la hacienda.

múltiples ataques por parte de los pequeños grupos revolucionarios de filiación zapatista, que operaron en el estado durante los 5 primeros años de lucha.

Cuando estuvo como presidente municipal de Lerma Juan Gutiérrez González, en el periodo 1958 – 1960, mandó organizar los archivos municipal y del registro público de la ciudad, además realizó las gestiones necesarias para que casi se duplicara el territorio de la municipalidad de Ocoyoacac, que en 1960 era de 71.21m² y así El Peñón, La Escondida, El Portezuelo, La Marquesa y El Zarco, se segregaron del municipio de Lerma y pasaron a ser parte del municipio de Ocoyoacac.

En Lerma, a partir de 1940, se inicia un incremento poblacional debido a la instalación del Acueducto que hoy se conoce como el “Alto Lerma”; la cuenca hidrológica representó una solución para la ciudad de México en cuanto al abastecimiento de agua, tomada de sus manantiales; siendo una de los proyectos más importantes de los últimos cincuenta años, y también uno de los que más ha perjudicado la ecología de nuestro valle.

A principios de 1960, se instalan las primeras industrias de lo que hoy conocemos como “Parque Industrial Lerma”, se acelera más el crecimiento de la población y el progreso, creando fuentes de trabajo

para la ciudad de Lerma y los pueblos adjuntos; basta decir que para 1960 estaban instaladas 19 fábricas y en la actualidad hay más de 450 empresas. Desde su fundación hasta 1940, la ciudad tenía 1 500 habitantes, en la actualidad se tiene más de 135 mil habitantes según el censo de población realizado por el INEGI en el año 2010.

Cambiando de tema, consideramos que el discurso del gobierno, que se construye según las líneas de responsabilidad social establecidas, es para justificar, aunque no explícitamente, el daño que se ejerce sobre los recursos naturales de la zona de manera directa e indirecta. Esto es, se argumentan decisiones políticas mediante un “progreso de la región” construyendo carreteras y vías férreas de mayor velocidad para ahorrar tiempo pero a un costo irreparable de recursos naturales.

La realización de los dos proyectos es un fenómeno desarrollado por instituciones integrativas, con un conjunto de normas regulativas, normativas y cognoscitivas que resultan oportunistas para los intereses del gobierno de triple dimensión en turno y de empresas constructoras particulares. Por lo anterior, se puede decir que el plan de desarrollo de infraestructura modernista, que corresponde a un contexto institucional, no considera realmente, desde el enfoque de la responsabilidad social, las necesidades sociales con eficiencia; esto significa que hay un foco de atención en el cual debe reparar la sociedad ahora, en bien de las muy próximas generaciones que nos sucederán.

Acontecimientos como estos alejan a México de ser una sociedad contemporánea responsable socialmente si se destruye el ambiente ecológico. No es posible observar este tipo de fenómenos como una práctica legítima permitida por quienes gobiernan ya que se están dañando los recursos ecológicos de una región al hacer modificaciones del suelo con el relleno de zonas acuíferas, que además traen aparejadas el desalojo de fauna silvestre y la devastación de flora.

La dimensión de triple participación gubernamental envuelve a un proyecto de planeación institucionalizada que puede verse como una



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

concepción metafórica de organización que determina arbitrariamente los procesos de aclimatación para condicionar, adaptar y modificar directamente los espacios naturales de la zona ecológica de La Marquesa (Municipio de Ocoyoacac) e indirectamente la zona acuífera del Municipio de Lerma de Villada. Esta habituación, es la expresión de un acto coercitivo normativo que carece de una contra-postura que tenga la capacidad para defender los recursos naturales. De lo anterior se concluye que las instituciones gubernamentales en sus tres niveles están muy interesadas en la construcción de ambos proyectos, como se manifiesta a través de sus discursos políticos.

En un primer plano del escenario discursivo, la estrategia de inserción de los planes de desarrollo son captados como impulsores de grandes beneficios a la sociedad, pero que realmente no son más que prácticas de poder basadas en constructos sociales legítimos. Esto bajo la perspectiva de nuevo institucionalismo (que es una visión crítica- posmoderna) visualiza a las acciones del gobierno, como actos coercitivos que pretenden poner orden de manera impuesta. Es decir, que la institución implemente estrategias con la finalidad de responder a necesidades sociales con el propósito de brindar un orden social sin importar el daño ecológico. No pensar en las articulaciones entre lo social y lo ecológico es generar conflictos a sucesivas generaciones sociales. Por tanto, la estrategia de inserción de ideas funcionalistas de las instituciones gubernamentales, puede ser vista como una acción limitada, al carecer de una responsabilidad social.

La situación del municipio de Lerma de Villada es un daño colateral. En terrenos donde se acumulaba el agua de lluvia se han vertido toneladas de tierra extraída de las obras multicitadas. Ya de por sí, estos terrenos estaban siendo invadidos por personas que construyen inadecuadamente casas, con falta de infraestructura de todo tipo, desalojando la fauna característica de lagos (garzas, patos, ranas). Otros daños son la destrucción de las calles, con fugas de agua, por el paso de grandes camiones con varias toneladas de tierra y piedra. Además, ante la venta de la idea de que habrá mayor vialidad y se hará menos tiempo de una ciudad a otra, se están desarrollando fraccionamientos donde antes se cultivaba a precios exagerados, pero sin modificar la

amplitud de las calles ni el orden de sentido de las mismas, donde ya actualmente es un problema.

Además, con la instalación del parque industrial, donde no se tomaron precauciones ni se previeron los daños al ambiente ecológico, principalmente al río Lerma, éste actualmente está biológicamente muerto, los desarrollos urbanos mal planeados han evitado el flujo de agua a su cauce, la tierra está prácticamente cubierta de cemento y asfalto que no permite el paso del agua al subsuelo aunque continúe lloviendo bastante y, prácticamente, la laguna de Lerma está desapareciendo.

Mercado y García (2007) indican que “En un mundo globalizado, el sector empresarial no puede seguir negando la necesidad de adoptar la responsabilidad social como estrategia para alcanzar beneficios externos e internos, pues sigue latente cierto comportamiento dominante de rechazo hacia ella”. Finalmente, declaramos lo siguiente: el discurso de responsabilidad social que ha adoptado el gobierno mexicano, como una estrategia para incursionar sus acciones de progreso, no deben estar limitadas a su aceptación y admiración como grandes maquinarias que se utilizan para construir estructuras modernas cuando realmente son operaciones agresivas contra recursos naturales que no se recuperarán jamás a pesar de los mensajes publicitarios que prometen su reparación.

Referencias bibliografía

- ALVARADO et al., “Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: una clasificación con base en su racionalidad.
- BENITO, S. y SÁNCHEZ, P. “La influencia de las políticas de responsabilidad social y la pertenencia a redes de cooperación en el capital relacional y estructural de las microempresas”. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía Iss. 18. pp: 166176.
- BORJA, C. & CASTELLS, M. (1997). “Local y global, la gestión de las ciudades en la era de la información”. Madrid: Taurus, pp 24-25.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

- CHIAVENATO, I., 2009. *Comportamiento organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones.* McGraw Hill Interamericana Editores, S. A. de C. V. México.
- DEAN, M. (1999). “Gubernmentality: Power and Rule in Modern Society, Londres, Sage, página 229.
- DUEÑAS, S. et al. (2014) “El concepto de consumo socialmente responsable y su medición. Una revisión de literatura”. Estudios Gerenciales 30, Elsevier, pp: 287300.
- GIDDENS, A. et al. (1993), “Emile Durkheim: Escritos selectos” Buenos Aires, Nueva Visión, p. 267..
- IBARRA, E. (2007). “Nuevo institucionalismo sociológico e instituciones educativas empresarializadas: procesos de institucionalización bajo la racionalidad de mercado”. UAM Iztapalapa.
- MERCADO, P. y GARCÍA, P., (2007). “La responsabilidad social en empresas del valle de Toluca (México). Un estudio exploratorio. UNAM
- STONER, J. A. F., FREEMAN, R. E., Y GILBERT JR, D. R., 1996. **Administración.** Prentice Hall Hispanoamericana, S. A. México.
- YUNI, J., y URBANO, C. (2014). La investigación documental. En Técnicas para investigar: recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación (Vol. 2, págs. 99-107). Argentina: Ed. Brujas.
- <http://www.Google.com.mx/search?q=estado+de+mexico&biw=128E>
- <http://www.lerma.gob.mx/municipio/historia/>



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Estimación de Beneficios Económicos y Ambientales de un Programa de Detección de Fugas de Gas Natural.

Área temática: Responsabilidad Social en la sustentabilidad.

Nombre completo de autor (es):

Yuvia Marcela Ayala Sánchez
Sergio Alberto Mijares Almanza
Julio Eli Martínez Suárez

Cuerpo Académico al que pertenece: Química Aplicada al Desarrollo Sostenible

Institución de procedencia y dependencia: Universidad Tecnológica de la Región Centro de Coahuila.

Correo (s) electrónico (s): utrcc_mi@yahoo.com.mx, mjaressam@hotmail.com,
marcela.ayala@utrcc.edu.mx, julio.martinez@utrcc.edu.mx

Número telefónico (s): (866) 6491200 Ext. 128



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Estimación de Beneficios Económicos y Ambientales de un Programa de Detección de Fugas de Gas Natural

Resumen: La presente investigación desarrolla un diagnóstico de evaluación integral de emisiones a la atmósfera de gas natural y otros contaminantes en instalaciones de suministro de este insumo energético. El monitoreo de emisiones contaminantes representa un factor determinante de pérdida económica y repercusión ambiental, siendo primordial desarrollar soluciones necesarias con la optimización de procesos más eficientes y conseguir una producción más limpia, para lograr prosperidad y crecimiento económico equitativos e inclusivos, además de lograr un avance industrial en el marco del desarrollo sustentable.

Abstract: The present investigation develops an evaluation diagnostic assessment of emissions into the atmosphere from natural gas and other contaminants in gas supply facilities of this energy input. The monitoring of emissions represents a key determinant of economic loss and environmental impact, being essential to develop necessary solutions to optimize more efficient processes and achieve cleaner production, to achieve prosperity and equitable and inclusive economic growth, and to achieve a breakthrough industry in the context of sustainable development.

Palabras claves: Industrialización Sostenible, Emisiones de Contaminantes, Medio Ambiente.

Introducción

Los diferentes estudios internacionales ubican la industria en un lugar estratégico para el combate al calentamiento global. Internacionalmente se reconoce que la industria mundial y nacional deberá de promover estrategias y acciones que permitan mitigar las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) dentro de sus límites. (PACTO, 2010)

La importancia de promover mecanismos de producción más limpios y más eficientes, al igual que la disociación entre crecimiento económico y degradación medioambiental, son aspectos que deben ser enfatizados en la Industrialización y su considerable huella medioambiental, es por eso que es necesario desarrollar soluciones con miras a conseguir una producción más limpia, un manejo eficiente de los recursos y reducciones de emisiones contaminantes.

Las industrias son por sí mismas, una fuente sostenible para alcanzar una mayor diversificación estructural, crear empleos, incrementar los ingresos y lograr prosperidad.

Los insumos energéticos representan un importante costo de producción para las industrias, la energía limpia y la eficiencia energética se han convertido progresivamente en determinantes centrales de la competitividad económica y el crecimiento sostenido.

El gas natural ofrece a la industria metalúrgica variadas aplicaciones, sin embargo, el uso como combustible debe considerarse en todos aquellos casos en que resulte técnicamente viable. Las ventajas del gas natural son claras frente a otros combustibles, desde el punto de vista medioambiental, al no generar SO₂, que contribuye a la formación de lluvias ácidas e inquemados sólidos (partículas, hollines, etc.) que presentan efectos sobre la atmósfera, el suelo y los ecosistemas una vez sedimentados.

Además, se trata de un combustible de más fácil y limpio manejo. Su desventaja de uso entre las empresas del sector radica en el suministro y, por supuesto, su disponibilidad.

Sus características lo hacen apto para todos los procesos de calentamiento de metales, tanto en la fusión como en el recalentamiento y tratamientos térmicos.

Con la utilización de esta energía se ofrece una mejora en la calidad de los productos gracias a la ausencia de cualquier sulfuración de los metales tratados por el nulo contenido de azufre, así como el bajo costo de inversión inicial gracias a la existencia de sencillos equipos de combustión que no precisan de calentamiento y bombeo, son consideraciones importantes a tener en cuenta por su repercusión económica.

Complementa estas ventajas la ausencia de humos contaminantes en el gas natural, lo que permite unas



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

mejores condiciones de trabajo y la no contaminación del medio exterior.

Sin embargo, deficiencias en líneas de alimentación de gas natural y/o maquinarias defectuosas ocasionan fugas con riesgos potenciales en la industria metalmecánica y altos costos de pérdidas económicas.

Por este motivo, es inminente desarrollar una evaluación integral de emisiones contaminantes en instalaciones de suministro de este insumo energético, y optimizar líneas de producción para lograr prosperidad y crecimiento económico equitativos e inclusivos, además de lograr un avance industrial en el marco del desarrollo sustentable. Metodología

Junto con el incremento en el uso del gas natural como fuente de combustible en los procesos industriales del país, se incrementará el equipo con potencial de generar fugas de gas. Las emisiones de gases y/o vapores de las fugas se encuentran en la forma de gases o líquidos evaporados que escapan a la atmosfera. Algunos de los tipos de emisiones provenientes de fugas incluyen el metano y compuestos orgánicos volátiles. A su vez, la proporción de los diferentes tipos de emisiones al aire son afectados por la composición del gas natural. Como se puede ver en la Tabla 1 y 2, en la cual se compara el uso de la alternativa propuesta en años recientes, como lo es el gas natural frente a la composición del tradicional gas coque, utilizado como combustible en múltiples aplicaciones dentro de la función de metales, y en la cual se resalta la amplia ventaja en el poder calorífico que tiene el gas natural por encima de su predecesor, debido a su alto contenido de metano.

Tabla 1. Composición de Gas Natural

| Componente | % |
|-----------------|--------|
| Metano | 88 |
| Etano | 9 |
| Propano | 3 |
| Etil mercaptano | Trazas |

Tabla 2. Composición de Gas Coque

| Componente | % |
|------------|----|
| Hidrogeno | 57 |
| Metano | 27 |

| | |
|---------------------|---|
| Monóxido de carbono | 6 |
| Etileno | 4 |
| Nitrógeno | 3 |
| Dióxido de carbono | 2 |
| Oxígeno | 1 |

La información de emisiones y las técnicas de mitigación en este estudio están basados en fugas de gas natural que ocurren en sistemas de transmisión, uso y almacenamiento de gas natural en una industria de la región. Las fugas de emisiones ocurren a través de diferentes tipos de componentes de unión como lo son bridas, juntas y conexiones roscadas, o mediante partes móviles de válvulas, bombas, compresores y otros tipos de equipos de procesamiento y uso final. Las fugas de emisiones pueden también ocurrir cuando componentes de unión no se encuentran unidos apropiadamente, lo cual causa puntos que no se encuentran en buen contacto; ; por último, y la causa más común dentro de la industria, la falta de mantenimiento a las líneas conductoras del combustible, lo cual ocasiona grietas, rupturas, desuniones en las soldaduras y otros factores que impiden que el gas sea contenido adecuadamente.

La agencia para la protección del ambiente de los Estados Unidos, (U.S. EPA), ha elaborado un protocolo para la estimación de las emisiones en fugas. El protocolo de la EPA provee de los procedimientos necesarios para la estimación de las emisiones totales de masa de compuestos orgánicos.

La EPA detalla procedimientos estándar para la estimación de las emisiones totales de masa de compuestos orgánicos a partir de fugas en las instalaciones de producción de gas natural. El protocolo proporciona cuatro enfoques diferentes para estimar las emisiones masivas de fugas en los sitios de producción de gas natural. La recolección de datos de fugas de refinerías, terminales de marketing, operaciones de petróleo y producción de gas de síntesis orgánica e instalaciones de la industria de fabricación química (SOCMI), ha permitido que la EPA desarrolle ecuaciones de correlación y factores de emisión que modelan las fugas de gas natural. El protocolo de la EPA ha desarrollado factores para los siguientes tipos de componentes de los sistemas de gas natural: válvulas, bombas, compresores, válvulas de alivio de presión, conectores, bridas, y las líneas abiertas.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

1er Enfoque – Factor de Emisión Promedio

El primer enfoque consiste en contar los componentes por tipo (por ejemplo, válvulas, juntas de bombas, conectores, bridas, y las líneas abiertas) y el tipo de servicio (por ejemplo, gas, aceite pesado, aceite ligero, y agua / aceite) en la instalación y la aplicación de los factores de emisión de las operaciones de producción de petróleo y gas promedio apropiado a estos aspectos (véase la Tabla 3). Para calcular el total de emisiones de compuestos orgánicos a partir de equipos con fugas. Cabe mencionar que la EPA también proporciona un factor de emisión denominado “otro” el cual se encarga de englobar el equipo como compresores, diafragmas, los desagües volquetes brazos, escotillas, instrumentos, medidores, válvulas de alivio de presión, barras pulidas, válvulas de alivio y conductos de ventilación.

Tabla 3. Factores de Emisión Promedio de las Operaciones de Producción de Petróleo y Gas (kg/hr/fuente)

| Tipo de Equipo | Servicio ^a | Factor de Emisión (kg/hr/fuente) ^b |
|-------------------------------|-----------------------|---|
| Válvulas | Gas | -03 |
| | Agua/Aceite | -05 |
| Sellos de Bombas | Gas | -03 |
| | Agua/Aceite | -05 |
| Otros ^c | Gas | -03 |
| | Agua/Aceite | -02 |
| Conectores | Gas | -04 |
| | Agua/Aceite | -04 |
| Bridas | Gas | 4.5 E |
| | Agua/Aceite | 9.8 E |
| | | 2.4 E |
| | | 2.4 E |
| | | 8.8 E |
| | | 1.4 E |
| | | 2.0 E |
| | | 1.1 E |
| | | 3.9 E |
| Líneas de Terminación Abierta | Gas | 2.0 E-03 |
| | Agua/Aceite | 2.5 E-04 |

Nota: Los factores medios de emisión están en unidades de kilogramos por hora por fuente individual, es importante tener en cuenta que estos factores son más válidos para estimar las emisiones de

una población de equipo. Los factores promedio no están destinados a ser utilizados para la estimación de las emisiones de gas de una pieza individual durante un período de tiempo corto (por ejemplo, 1 hora). La información de la Tabla 3 fue obtenida de la Tabla 24 encontrada en la publicación de Protocolo de Estimaciones de Emisiones por Fuga en Equipos (ver EPA EE.UU., 1995).

2do Enfoque – Rangos de Detección

El segundo enfoque para estimar las emisiones de fugas es el enfoque de rango de detección. Este enfoque está destinado principalmente para ayudar en el análisis de conjuntos de datos antiguos que fueron recogidos por los estudios más antiguos que utilizan 10.000 partes por millón por volumen (ppmv) como la definición estándar de fugas.

Este enfoque utiliza los resultados de la EPA Método 21 medición de la concentración de fugas de los componentes para determinar el número de componentes con una mayor fuga o igual a 10.000 partes por millón (ppm) y el número de componentes con una pérdida de menos de 10.000 ppm. Las emisiones estimadas se calculan entonces mediante el recuento de los componentes por tipo, el servicio, y el valor de detección ($\geq 10,000$ ppm o $< 10,000$ ppm) en el establecimiento y la aplicación de los factores de emisión promedio de las operaciones de producción de petróleo y gas apropiadas para estos conteos (ver Tabla 4).

Tabla 4. Rangos de Factores de Emisión de Operaciones de Producción de Gas Natural.

| Tipo de Equipo | Servicio ^b | $\geq 10,000$ ppmv Factor de Emisión (kg/hr/fuente) ^a | $\leq 10,000$ ppmv Factor de Emisión (kg/hr/fuente) ^a |
|--------------------|-----------------------|---|---|
| Válvulas | Gas | 9.8 E-02 | 2.5 E-05 |
| | Agua/Aceite | 6.4 E-02 | 9.7 E-06 |
| Sellos de Bombas | Gas | 7.4 E-02 | 3.5 E-04 |
| | Agua/Aceite | NA | 2.4 E-05 |
| Otros ^c | Gas | 8.9 E-02 | 1.2 E-04 |
| | Agua/Aceite | 6.9 E-02 | 5.9 E-05 |
| Conectores | Gas | 2.6 E-02 | 1.0 E-05 |
| | Agua/Aceite | 2.8 E-02 | 1.0 E-05 |



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

| | | | |
|-------------------------------|--------------------|----------------------|----------------------|
| Bridas | Gas Agua/Aceite | 8.2 E-02 NA | 5.7 E-06 2.9 E-06 |
| Líneas de Terminación Abierta | Gas Agua/Aceite | 5.5 E-02 3.0 E-02 | 1.5 E-05 3.5 E-06 |

Nota: Este enfoque rango de detección es una mejor indicación de la tasa de fuga real de los equipos individuales que la metodología presentada en el primer enfoque del Protocolo de Estimaciones de Emisiones por Fuga en Equipos (EPA EE.UU., 1995). Sin embargo, los datos disponibles indican que las tasas de emisión de masa medidos pueden variar considerablemente de las tasas predichas por la utilización de estos factores de emisión del rango de detección

3^{er} Enfoque – Correlación de EPA

El tercer enfoque es un enfoque de correlación que utiliza el valor de detección Método 21 medido (en ppm) para cada componente y entradas de ese valor en las ecuaciones de correlación que calculan la tasa de emisión de cribado (véase la Tabla 2-10 en EE.UU. EPA, 1995). Este enfoque ofrece un refinamiento adicional para la estimación de las emisiones de los escapes, proporcionando una ecuación para predecir la tasa de emisión de masa como una función de la concentración determinada por el método EPA 21 de cribado de un tipo de equipo particular. Las correlaciones para la industria del petróleo se aplican a las refinerías, terminales de marketing y operaciones de producción de petróleo y gas. Las ecuaciones de correlación de la industria petrolera estiman las tasas totales de compuesto orgánico (TOC) de emisión. El enfoque de correlación EPA se prefiere cuando los valores de detección reales (en ppm) están disponibles. Las correlaciones se pueden utilizar para estimar las emisiones para toda la gama de los valores de detección que no son cero, a partir del valor de detección potencial más alto al valor de detección que representa el límite de detección mínimo del dispositivo de monitorización. Este enfoque implica entrar en el valor distinto de cero de detección, no vinculado en la ecuación de correlación, que predice la tasa de emisión de masa TOC basándose en el valor de detección. Las tasas de emisión cero por defecto se utilizan para la detección de valores de cero ppmv y colgar las tasas de emisión se utilizan para los valores de detección fijo, donde el valor de detección es más allá del límite superior medida por el dispositivo de

detección portátil. La tasa de fuga "defecto cero" es la tasa de emisión de masa asociada con un valor de detección de cero. Tenga en cuenta que cualquier valor de detección que es menor que o igual a la concentración ambiental de fondo se considera un valor de detección de cero. Las correlaciones predicen matemáticamente emisiones cero para los valores de detección de cero. Sin embargo, los datos recogidos por la EPA muestran esta predicción es incorrecta (EE.UU. EPA, 1995), ya que las emisiones masivas se han medido desde un equipo que tiene un valor de detección de cero. Un objetivo específico al revisar las correlaciones de la industria del petróleo era recoger datos sobre las emisiones masivas de equipo que tenía un valor de detección de cero. Estos datos fueron utilizados para determinar una tasa de fugas por defecto de cero asociado con armas con los valores de evaluación cero, ver Tabla 5.

Tabla 5. Tipos de Equipo y Correlación de Tasa de Fuga.

| Tipo de Equipo / Servicio | Correlación ^{b,c} |
|-------------------------------|---|
| Válvulas / todas | Tasa de Fuga (kg/hr) = 2.29 E-06 x (SV) 0.746 |
| Sellos de Bomba / todos | Tasa de Fuga (kg/hr) = 5.03 E-05 x (SV) 0.610 |
| Otros ^d | Tasa de Fuga (kg/hr) = 1.36 E-05 x (SV) 0.589 |
| Conectores / todos | Tasa de Fuga (kg/hr) = 1.53 E-06 x (SV) 0.735 |
| Bridas / todas | Tasa de Fuga (kg/hr) = 4.61 E-06 x (SV) 0.703 |
| Líneas de Terminación Abierta | Tasa de Fuga (kg/hr) = 2.20 E-06 x (SV) 0.704 |

^a Las correlaciones presentadas en esta tabla se hicieron revisando correlaciones de la industria del petróleo.

^b SV = Valor del examen en ppmv.

^c Estas correlaciones predicen tasas de las emisiones totales de masa de compuestos orgánicos (incluyendo non-VOC's como lo es el metano y etano).

^d El equipo nombrado "otro" se derivó de instrumentos, brazos de carga, válvulas de alivio de presión, las cajas de relleno, y respiraderos. Esta



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

opción de "otro" debe ser aplicada a cualquier tipo de equipo distinto de conectores, bridas, líneas de terminación abierta, bombas o válvulas.

4^o Enfoque – Correlación de Unidad Específica

El cuarto enfoque requiere el desarrollo de correlaciones específicas de la unidad y las correspondientes tasas de emisión de masa. Esto se hace midiendo el valor del examen en ppm y la medición de la tasa de emisión de masas por "embolsado" del componente. El componente es embolsado encerrando el componente para recolectar los vapores de fugas. Las tasas de emisión registradas del equipo embolsado junto con los valores de detección pueden ser utilizados para desarrollar registros de unidades específicas de ecuaciones de correlación de tasas de emisión valor/masa. Las correlaciones específicas de unidades pueden proporcionar estimaciones precisas de las emisiones de masa de fugas en la unidad de proceso. Sin embargo, se recomienda que las correlaciones específicas de la unidad solamente se desarrollen en los casos en que las correlaciones existentes de la EPA no dan estimaciones razonables de emisiones de masa para la unidad de proceso (EE.UU. EPA, 1995).

En este caso, para la detección de fugas se utiliza el instrumento llamado Ultraprobe 15000 el cual tiene múltiples aplicaciones, que van desde la detección de fugas hasta la inspección mecánica y puede ser utilizado para determinar tendencia, el análisis o simplemente encontrar un problema en el cual se involucre la detección de ultrasonidos.

El equipo se utiliza para recibir y medir los ultrasonidos emitidos por las fugas de presión o vacío y las descargas eléctricas que se transmiten por el aire. En el caso de las fugas, cuando los sonidos salen por grietas u orificios debido a la presión interna dentro de un recipiente, el flujo cambia su movimiento de laminar a turbulento, es decir de un movimiento lineal a uno desordenado de las partículas. Dicha turbulencia genera un amplio espectro de sonido llamado “ruido blanco” mismo que es más fuerte por el sitio de la fuga.

Las fugas se presentan de igual manera en sistemas de baja presión o sistemas de vacío, con la diferencia que el sonido será de longitud de onda menor en los sistemas de vacío, aun cuando la velocidad de flujo sea la misma, debido a que la turbulencia ocurre

dentro del recipiente y en los sistemas de baja presión ocurre en la atmosfera.

Método de detección de fugas utilizado en el proyecto

1. Use el MODULO DE ESCANEO.
2. Inicie con el selector de sensibilidad a 0 (Máximo).
3. Comience a escanear dirigiendo el módulo hacia la zona de pruebas. El procedimiento consiste en pasar de la "grueso" a "fino" -más y más sutiles ajustes se realizarán conforme se acerque a la fuga.
4. Si detecta mucho ultrasonido en el área, reduzca el ajuste de sensibilidad y prosiga con el escaneo.
5. Si es difícil aislar la fuga debido a los ultrasonidos que compiten, coloque la sonda de hule sobre el módulo de escaneo y prosiga en el área de inspección.
6. Trate de escuchar un sonido de “escape” mientras observa el medidor.
7. Siga el sonido al punto donde es más fuerte. El medidor mostrara una lectura más alta cuando se aproxime a la fuga.
8. Con el fin de centrarse en la fuga, siga reduciendo la sensibilidad y mueva el instrumento más cerca del sitio donde se sospecha se encuentra la fuga hasta que finalmente esté en condiciones de confirmar su existencia.



Fig. 1 Detección de fugas en campo

Dicho procedimiento fue llevado a cabo por el estudiante de TSU en química Área Tecnología Ambiental; Pedro Aldair Navarro Díaz, a lo largo de toda la tubería en cuatro departamentos, en los cuales



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

el uso de gas natural es una constante para los procesos que en ellos se realizan, profundizando la revisión en los lugares en los que existen juntas, que son propensas a fugas por mal sellado o por daños en los materiales como bridas, soldaduras, tornillos, o el mismo material de sellado que se utilizó, como empaques. Posteriormente, los lugares donde se localizan las fugas junto con los datos arrojados por el equipo de medición, son registrados en un layout de las tuberías involucradas y el software del Ultraprobe 15000, respectivamente, a fin de ser utilizados para la reparación y estimación de las fugas existentes en las líneas de gas natural.

Resultados

Como parte del programa de mejora continua de la empresa se realizó una inspección de 37 componentes de los sistemas de gas natural de un total de cuatro departamentos de una empresa de la región. La Tabla 6 nos muestra el total de gas natural que se encontró en fuga por departamento en unidades de pies cúbicos por minuto, y la cantidad total anualizada en mil pies cúbicos.

Tabla 6. Cantidad Total de Fuga de Gas Natural por departamento de la empresa.

| | CFM - Total | MCF - Anual |
|-------------------------|-------------|-------------|
| 1er Departamento | 40.9 | 21497 |
| 2do Departamento | 11.81 | 6207 |
| 3ro Departamento | 9.91 | 5208 |
| 4to Departamento | 5.3 | 2785.6 |

Discusión

Una vez obtenido los resultados se procedió a realizar un análisis económico del total de gas natural que se encontró en fuga. Para realizar este análisis se tomó un precio de \$2.91 USD dólar por cada mil pies cúbicos y se tomó un tipo de cambio de \$18.80 MXN por cada USD dólar. La Tabla 7 nos muestra el costo total anualizado de cada uno de los totales de las fugas por departamentos.

Tabla 7. Costo Total Anualizado del Gas Natural que se encontró en Fuga en los diferentes Departamentos.

| | MCF - Anual | Costo Total |
|-------------------------|-------------|--------------|
| 1er Departamento | 21,497 | \$ 1,176,060 |
| 2do Departamento | 6,207 | \$ 339,591 |
| 3ro Departamento | 5,209 | \$ 284,957 |
| 4to Departamento | 2,786 | \$ 152,399 |
| Costo Total | | \$ 1,953,007 |

Conclusiones y trabajos futuros

Dada la situación del sector industrial, el futuro debe orientarse a la búsqueda de soluciones de actividades industriales para la materialización del pacto medioambiental en este sector conjuntamente con el diseño de estrategias e innovación de los procesos productivos.

En el actual estudio, teniendo las fugas localizadas el siguiente paso es elaborar, en conjunto con el departamento de mantenimiento, un plan de reparación en el cual se dé prioridad a las fugas más críticas a fin de ir reduciendo las pérdidas de combustible y con ello aminorar las pérdidas económicas, además de minimizar el riesgo de un posible accidente por la acumulación de gases inflamables.

Aunado al costo económico que representa la fuga de gas natural de los sistemas es necesario mencionar que casi un 90 por ciento del gas natural está formado por metano del cual aproximadamente el 1.4% se fuga durante la cadena de suministro de gas natural.

El metano es un gas de efecto invernadero, con una vida atmosférica corta de aproximadamente 12 años. También se considera un gas de efecto invernadero potente debido a que es 23 veces más eficaz para atrapar el calor dentro de la atmósfera que el dióxido de carbono. Es debido a este gran potencial del metano a contribuir al calentamiento global, por lo que resulta importante el desarrollar rutinas eficaces de mantenimiento a la cadena de suministro del gas natural; ya que representa una gran oportunidad para lograr el Desarrollo Industrial Sostenible.

La recomendación a nivel general, es la implantación de un Sistema de Gestión Medioambiental, que resolvería la mayor parte de las deficiencias que este sector en cuanto a gestión medioambiental se refiere. Al definir la organización, asignar responsabilidades y establecer los procedimientos de actuación, los



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

sistemas de gestión medioambiental se constituyen en una potente herramienta a la hora de llevar a cabo las recomendaciones y propuestas de mejora tanto de tipo técnico como de gestión.

Por otra parte, el costo cotizado a la fecha del término de la revisión de las tuberías asciende a los \$115,000 MN, contrastando enormemente con los \$ 1,953,007 MN que se pierden cada año por el concepto de fugas del gas natural que abastece, sin mencionar los daños ecológicos que se han mencionado a lo largo de éste artículo; la empresa, comprometida con el medio ambiente, empezó un plan de mantenimiento que favorezca la reparación y sustitución de las tuberías y piezas afectadas, el cual estará en marcha a mas tardar a principios del próximo año, esto debido a los compromisos de producción que se tienen pactados y buscando no afectar el ritmo de trabajo de la misma; este es un acción más que realiza la empresa con miras a encaminar sus pasos hacia una sostenibilidad, apoyando los métodos ambientales que se proponen con un sustento tecnológico y científico en pro del desarrollo sostenible.

Referencias bibliográficas

Pacto de la Ciudad de México. 2010. Pacto Climático Global de Ciudades

<http://www.wmsc2010.org/es/pacto-de-la-ciudad-de-mexico/mexico/>

Kirchgessner D., Lott R.A., Cowgill R. M., Harrison M. R. & Shires T.M., (1997). Estimate of methane emissions from the U.S. natural gas industry. Chemosfere, Vol.5, pp. 1365-1390.

Leveraging natural gas to reduce greenhouse gas emissions, Center for Climate and Energy Solutions, June 2013

UE Systems. (2011). ULTRAPROBE ® 15000 MANUAL DE INSTRUCCIONES. 25 de mayo de 2016, de UE Systems Europe Sitio web: <http://www.uesystems.eu/wp-content/uploads/ESManual-UP15000.pdf>
Global methane Initiative, sitio web: www.globalmethane.org



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Generación de estrategias para el desarrollo de la competitividad de las organizaciones del sector agrícola en la región de Pénjamo, Guanajuato.

Área temática:

Responsabilidad social en la Sustentabilidad

Nombre completo de autores:

Glafira Vázquez Olarra

Ignacio Arroyo Arroyo

Jorge Raúl Moreno Plascencia

Cuerpo Académico en Formación:

Desarrollo y fortalecimiento de las organizaciones para la competitividad regional.

Institución de procedencia:

Universidad Politécnica de Pénjamo

Correo electrónico: gvazquez@uppenjamo.edu.mx

iarroyo@uppenjamo.edu.mx

jmoreno@uppenjamo.edu.mx

Teléfono: 469 692 6000 ext.114



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Generación de estrategias para el desarrollo de la competitividad de las organizaciones del sector agrícola en la región de Pénjamo, Guanajuato

Resumen: En el presente escrito se muestran las primeras etapas de un proyecto de investigación realizado en la Licenciatura en Administración de la Universidad Politécnica de Pénjamo, en el cual analiza el contexto de la región de Pénjamo, Guanajuato para generar estrategias que incidan en el desarrollo de la competitividad de las organizaciones con enfoque en la permanencia, consolidación el mercado y formulación de cadenas de valor. Con base en modelos de Responsabilidad Social, Sustentabilidad y Competitividad se espera proponer acciones e identificar las variables que propician la competitividad de las empresas de la región. Siendo una investigación mixta, longitudinal de índole no experimental, descriptiva y exploratoria, se muestra una primera aproximación al proyecto, desde el planteamiento del problema; marcos teóricos y referenciales; hipótesis, variables e instrumento diseñado y finalmente, se mencionan los resultados esperados.

Abstract: In this paper we show the first stages of the research project that is having place at the Bachelor Department in Management at the Polytechnic University of Pénjamo. We analyze the context of the Pénjamo Guanajuato region in order to generate the strategies that encourage the development of the competitiveness in the organizations with a focus on the permanency, the consolidation at the market, and the formulation of chains of value. Based on the models of Social Responsibility, Sustainability, and Competitiveness; we will propose actions to take, and we will identify the variables that undertake the competitiveness of the companies at the region. Using a mix research model of a non-experimental longitudinal nature, with descriptive and exploratory characteristics; we show the first approach to the project. According to the problem statement, the theoretical framework, the hypotheses, the variables, and the designed instrument; we mention the expected results.

Palabras claves: Responsabilidad social, Sustentabilidad, empresas comerciales.

Introducción

El municipio de Pénjamo, Guanajuato; presenta zonas de atención prioritaria. Los indicadores al año 2010 sitúan al municipio como una zona de alta cohesión social. Sin embargo el Coeficiente de Gini de 0.457 sugiere niveles medios en la distribución económica y una Razón del Ingreso de 0.09 implica bajos niveles de ingreso. Aunado a ello, en los análisis de polarización, se le clasifica como un municipio “sin polarización”, es decir, sin perspectivas de medición reales sobre el nivel de marginación social. Los datos estadísticos del Censo 2010 (INEGI, 2012) demuestran que la localidad de 149 mil 936 personas mantiene un grado promedio de educación de 6.3 años, por debajo de la media estatal de 7.73. Solamente el 19% de su población cuenta con educación básica y la participación económica de la población femenina es del 18%, con una tasa de desocupación del 6.6% sólo en la zona urbana.

Se propone analizar el contexto de las organizaciones agrícolas de la región de Pénjamo, Guanajuato para establecer estrategias de crecimiento y competitividad con un enfoque de sostenibilidad económica. Añadido a ello, se busca el establecimiento de alternativas para el

desarrollo de productos y procesos de valor agregado, de tal modo que el aumento de la competitividad de las empresas agrícolas de la región les permita integrar economías de escala, cadenas de valor, y participación en los beneficios del mercado global.

En la dinámica económica del estado de Guanajuato, el sector industrial está integrado por un 15% del área de manufactura. La entidad cuenta con 4,923 empresas que conforman el sector y genera 39,657 empleos. Guanajuato genera exportaciones con un valor de \$318.61 millones de dólares. El estado destaca en la elaboración de productos lácteos, cárnicos, conservas alimenticias, panadería, bebidas, entre otros. El sector industrial en conjunto con el agropecuario, constituye la mayor cadena productiva de la entidad, además de producir mayores efectos multiplicadores. Una de las limitantes para su desarrollo son los problemas estructurales que enfrenta el sector agropecuario y adicionalmente la necesidad de mejorar sus procesos productivos. (Secretaría de Economía, 2015).

En el sector manufacturero local, la producción de alimentos y bebidas es la actividad económica que más ingresos aporta al municipio con casi el 90% (INEGI, 2012). En este sector destaca la producción de tequila con tres compañías tequileras en plena operación, generando empleos estables y todas ellas con presencia en mercados



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

internacionales. Cabe destacar que un sector promisorio lo constituye la agricultura protegida (invernaderos), industria de reciente nacimiento y rápido desarrollo con actividades de exportación de tomate y pimiento, empleándose a la fecha alrededor de mil personas en la zona colindante con los estados de Michoacán y Jalisco. Considerando que nuestra vocación es básicamente agrícola y que las carreras profesionales de la zona están encaminadas a este sector, es importante considerar en primer lugar la atracción o creación de empresas dedicadas a la agroindustria, para fortalecer al mismo tiempo el crecimiento de nuestro campo y el desarrollo económico de la región.

La nueva realidad, hace que las organizaciones de educación superior y en este caso la Universidad Politécnica de Pénjamo como parte de su responsabilidad social de aportar al desarrollo sustentable de la región y del país, le apuesta a fomentar una cultura emprendedora que apoye la formación y la investigación en ésta área; propiciando de esta manera que los estudiantes generen ideas innovadoras de negocio, crear su propia empresa y aceptar el reto de ser empresarios creativos para contribuir a mejorar las condiciones de vida propias, así como al crecimiento económico y social de sus comunidades.

En una región fundamentalmente agrícola, valorar las ventajas naturales de la región para potenciar nuevas estrategias económicas de carácter sustentable de manera que sea posible mejorar el bienestar de la población actual sin comprometer la calidad de vida de las generaciones futuras, es una necesidad de primer orden. Asimismo, la sustentabilidad empresarial implica el uso y la explotación estratégica de los recursos y capacidades basados en activos tangibles e intangibles que le permiten a la empresa permanecer a lo largo del tiempo.

En una región eminentemente desigual, resulta importante la formación de alumnos investigadores que incidan, con sus acciones de investigación, en propuestas de solución a problemas de su localidad y lograr una región competitiva y sustentable. Las exigencias del entorno socioeconómico requieren que las empresas puedan desplegar sus esfuerzos y su eficiencia productiva para ser más competitivas, con responsabilidad social y de ésta forma abrir, mantener y fortalecer su posición en el mercado local, nacional e internacional. La Universidad Politécnica de Pénjamo (UPPE) como parte de su responsabilidad social de aportar al desarrollo sustentable de la región y del país, le apuesta a fomentar una cultura emprendedora que apoye la formación y la investigación en esta tarea, proporcionando de esta manera que los estudiantes generen ideas innovadoras de negocio, crear su propia empresa para

contribuir a mejorar las condiciones de vidas propias, así como al crecimiento económico y social de sus comunidades.

El objetivo del proyecto se planteó como: Generar estrategias para el desarrollo de la competitividad de las organizaciones en la región de Pénjamo, Gto. Uno de los objetivos particulares del proyecto versa: Formulación de estrategias de las pequeñas y medianas empresas comerciales de la región con un enfoque de desarrollo de la competitividad, permanencia y consolidación en el mercado, y formulación de cadenas de valor.

Para abordar la problemática que planteada y cumplir con los objetivos, el estudio se apoyará en la teoría y modelos de la sustentabilidad, competitividad, responsabilidad social y se considera que las estrategias que se abordarán deben ser en función de fortalecer a las pequeñas y medianas empresas comerciales y las cadenas de valor.

En este escrito se muestra una parte de la investigación, realizando un primer acercamiento en el tema de Responsabilidad Social en las empresas comerciales de Pénjamo, Guanajuato.

El escrito está estructurado de la siguiente forma: En la Sección 2 abordan el concepto de Competitividad; diferentes perspectivas de la Responsabilidad Social; de las Pequeñas y medianas empresas, así como conceptos del empresario. La Sección 3 narra las técnicas e instrumento que se construye para recopilar la información. Debido a que es una investigación en proceso, hasta el momento, no se tienen resultados, por ello, en la Sección 4, se reflejan los resultados esperados en la investigación. Finalmente, las conclusiones parciales basadas en la información obtenida en el trabajo de campo.

Teoría del dominio y trabajos previos

Competitividad

El término competitividad tiene diversos conceptos y, para algunos autores se identifica en tres niveles diferentes: de una nación, de la industria o a nivel empresa. Describe la fortaleza económica de una entidad con respecto a sus competidores en la economía global de mercado, en el cual, los bienes, servicios, personal, habilidades e ideas se mueven libremente a través de las fronteras geográficas. Las teorías iniciales acerca de la competitividad, se centran en explicar los beneficios del comercio y su estructura; el éxito de una nación estaba siempre sujeto a las ventajas comparativas y a las diferentes dotaciones de factores entre los socios comerciales.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Las nuevas teorías de competitividad se acercan hacia la diferenciación de los factores determinantes de la competitividad de una nación, donde específicamente, el entorno nacional y la innovación empresarial juegan un papel primordial en la competitividad de las empresas y, por consiguiente, en la competitividad de una nación.

La competitividad está vinculada a la capacidad de conseguir este bienestar y por lo tanto, está determinada por el nivel de productividad con la que una nación, región o empresa, utilizan sus recursos naturales, humanos y de capital. (Porter, 2006)

Teoría de la ventaja competitiva

Para Michael Porter (2006), el primer determinante fundamental de la rentabilidad de una empresa es el atractivo de la industria. La estrategia competitiva proviene de un conocimiento completo de las reglas de la competencia que rigen el atractivo. El fin principal de la estrategia es enfrentar las reglas y modificarlas a su favor.

En toda industria, - nacional o internacional - , las reglas de la competencia están contenidas en cinco fuerzas: 1) la entrada de más competidores, 2) la amenaza de los 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. La fuerza varía de un sector a otro, pudiendo cambiar a medida que evolucionan.

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. Por ejemplo, la fuerza de los compradores incide en los precios, lo mismo que en la amenaza de sustitución. También influye en los costos y en la inversión, porque los clientes más poderosos exigen un servicio caro.

El poder negociador de los proveedores determina el costo de las materias primas y de otros insumos. La intensidad de la rivalidad afecta a los precios y a los costos de competir en las siguientes áreas: plantas, desarrollo de productos, publicidad y fuerza de ventas. La amenaza de la entrada limita los precios y moldea la inversión necesaria para disuadir a otros participantes.

La fuerza de los cinco factores de la competencia, depende de la estructura de la industria, es decir, de las

características económicas y técnicas de un sector industrial. La estructura de la industria es relativamente estable, pero puede cambiar a medida que evoluciona el sector industrial.

El cambio estructural modifica la solidez global y relativa de las fuerzas de la competencia y por tanto, puede ejercer un influjo positivo o negativo en la rentabilidad. Las tendencias más importantes de la industria para las estrategias son las que afectan su estructura.

Si los cinco factores de la competencia y sus determinantes estructurales dependieran sólo de las características intrínsecas de la industria, la estrategia competitiva consistiría principalmente en escoger el sector adecuado y conocerlos mejor que a los rivales.

Las compañías, a través de sus estrategias están en condiciones de influir en los cinco factores. Si pueden moldear la estructura, podrán también cambiar de manera radical el atractivo de la industria. Es así como muchas estrategias exitosas han cambiado las reglas de la competencia.

En un caso específico, los cinco factores no tendrán la misma importancia y diferirán los que no son importantes. Toda industria es única y posee su propia estructura. Las estrategias que modifican la estructura de una industria es a veces una espada de dos filos, porque una organización puede destruir la estructura y la rentabilidad de un sector industrial, con la misma facilidad con que puede mejorarlas.

De esta manera, el diseño de un nuevo producto que reduce las barreras contra el ingreso o aumenta la volatilidad de la competencia, puede aminorar la rentabilidad a largo plazo de una industria, pero el creador puede obtener ganancias mayores de manera temporal. Un periodo sostenido de reducción de precios puede menoscabar la diferenciación.

A nivel empresa, la competitividad puede ser definida como la capacidad de la organización para diseñar, producir y comercializar en el mercado, productos superiores a aquellos que ofrecen los competidores, considerando el precio y sus cualidades. (Porter, 2006).

Los procesos competitivos son aquellos que ayudan a identificar la importancia y el rendimiento actual de los procesos centrales, tales como procesos de dirección estratégica, procesos de recursos humanos, operaciones y procesos de gestión de tecnología.

El proceso de la competitividad puede considerarse como un proceso de equilibrio, que complementa a los procesos tradicionales, tal como la dirección de operaciones y la



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

gestión de capital humano. Esto incrementa la capacidad de la empresa para competir de manera efectiva.

El origen de la competitividad son aquellos activos y procesos dentro de la organización que proporcionan una ventaja competitiva. Éstos pueden ser tangibles o intangibles.

La Responsabilidad Social

La responsabilidad social surge en el momento en que la globalización empieza a exigirle a los países y naciones una mayor capacidad de satisfacción de las demandas de sus ciudadanos. (Vergara & Vicaría, 2009). Es por ello que actualmente los empresarios han comprendido que las empresas de hoy desempeñan un papel muy importante en la vida de las personas, no solo como generadoras de empleo y riqueza, sino como agentes de desarrollo en las comunidades en las que operan. Cada día es más grande la exigencia para que las empresa como miembros de una comunidad, se comporten como “buenos ciudadanos corporativos”. En otras palabras, las empresas no sólo tienen una función económica, sino una función social y ambiental (Tercer Mundo Económico, 2008).

De acuerdo con González (2008) y Raufflet (2012) citados por Conraud (2015) a responsabilidad social puede ser entendida como una acción estratégica inherente a la empresa, que consiste en mantener una estricta vigilancia tanto en las operaciones que realiza como en el impacto de éstas en el medio ambiente; pone especial cuidado en su carácter sustentable en lo social y ambiental; reconoce la necesidad de mantener una serie de interrelaciones con distintos grupos, cuyos intereses pueden ser diferentes, lo cual implica actuar con respeto hacia las personas, la comunidad en la que se ubica, a la legalidad y la práctica de valores.

Según Chirinos (2012) citada por Conraud (2015) en materia de responsabilidad social las áreas de acción más comunes son: la protección del medio ambiente, educación, deporte y cultura, estas decisiones de acción social deben mirar como primeros beneficiarios a los trabajadores de la empresa, ya que estos como principales partes interesadas o públicos de la organización se destacan por su relevancia en la estrategia empresarial; seguidos de accionistas, clientes, comunidades, entre otros grupos de interés que la empresa defina, basada en su relación e impacto mutuo. Es por ello que la responsabilidad social hoy en día no es considerada una moda, sino una necesidad convertida en estrategia que permite desarrollar ventajas competitivas evidentes, por acción y comunicación, para los públicos organizacionales, generando beneficios tangibles y útiles

para el desarrollo social, económico, cultural, entre otros (Chirinos, 2012).

De acuerdo con Núñez (2007) el objetivo fundamental de una estrategia de RS es definir e implementar una visión estratégica de negocios de parte de toda la empresa (propietarios, directivos y trabajadores) orientada a lograr la sustentabilidad o sostenibilidad económica de las empresas, sin desentenderse por una parte, de las obligaciones sociales y la solidaridad para con sus interlocutores y, por la otra, de los impactos medioambientales que sus operaciones pudieran producir.

El rol de las partes interesadas en la responsabilidad social

En el contexto organizacional existen los grupos de interés conocidos en el ámbito de la responsabilidad social como los “stakeholders”.

Los stakeholders es cualquier individuo o grupo que pueda afectar o sea afectado por las acciones, decisiones, políticas, prácticas o metas de la organización (Weiss, 2006), son grupos o personas que pueden afectar o ser afectados por las acciones que las empresas realizan por el logro de sus objetivos.

Existe una teoría de dichos grupos de interés realizada por Gottschalk la cual dicta que el éxito de una organización depende de su capacidad para manejar su relación con grupos clave que pueden ser clientes, empleados, proveedores, comunidades, inversionistas y otros que son su actuación pueden estar influyendo en el logro de objetivos empresariales. (Gottschalk, 2011)

Debido a que la creación de alianzas es más que una manera de tener relación con aquellas partes que realmente ayuden al logro de un objetivo y así ampliar el resultado del mismo.

Los grupos de interés se pueden clasificar en tres grupos: Consustanciales: aquellos grupos sin los cuales la empresa no podría existir como los son inversionistas, empleados, colaboradores.

Contractuales: grupos con los que la empresa tiene algún tipo de contrato formal, de acuerdo a su relación comercial o productiva, como los son sus clientes, directivos o proveedores.

Contextuales: son los grupos que desempeñan el punto principal para mantener la credibilidad de la empresa y licencia de operar de la misma ya sea gobierno, competidores o sociedad en general.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Los entes económicos deben estar constantemente interactuando con sus grupos de interés debido a que estos son parte medular de la ejecución de la responsabilidad social, ellos pueden hacer que la empresa siga su rumbo social o simplemente derrumbarlo con una simple acción o referencia; es de vital importancia rodearse de grupos cuyo fin sea el mismo de la organización en materia social puesto que aun teniendo relaciones estrechas con algunos grupos no se debe fiar de todos.

Es importante mantener las relaciones con los stakeholders puesto que son aliados que facilitaran el trabajo social de las empresas y todos sus agentes y puesto que son varios los que pueden interrelacionarse se necesita realizar contratos debido a que existe una dependencia mutua y los intereses son divergentes entre los mismos, por medio de contratos bien establecidos entre las partes interesadas existirá un equilibrio y las actuaciones de los diferentes stakeholders estarán alineadas y los fines de las acciones sociales serán más sencillas de realizar creando así una generación de valor y utilidad a las actividades sociales que se realicen.

La identificación de las partes interesadas y el involucramiento con las mismas son fundamentales para la responsabilidad social. Una organización debería determinar quién tiene intereses en sus decisiones y actividades, de modo que pueda comprender sus impactos y cómo abordarlos. Aunque las partes interesadas pueden ayudar a una organización a identificar la pertinencia de determinadas materias de sus decisiones y actividades, las partes interesadas no reemplazan a la sociedad en su conjunto, al determinar las normas y las expectativas de comportamiento. (Norma Internacional ISO 26000, 2010).

Por otro lado, en referencia con la Norma Internacional ISO 26000 (2010) proporciona orientación a todo tipo de organizaciones, independientemente de su tamaño o localización, sobre: conceptos, términos y definiciones relacionados con la responsabilidad social; antecedentes, tendencias y características de la responsabilidad social; principios y prácticas relacionadas con la responsabilidad social; materias fundamentales y asuntos de responsabilidad social; integración, implementación y promoción de un comportamiento socialmente responsable en toda la organización y, a través de sus políticas y prácticas relacionadas, dentro de su esfera de influencia; identificación e involucramiento con las partes interesadas, y comunicación de compromisos, desempeño y otra información relacionados con la responsabilidad social.

Esta Norma Internacional pretende ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible. Tiene como propósito fomentar que las organizaciones vayan más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es una obligación fundamental para cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social. Se pretende promover un entendimiento común en el campo de la responsabilidad social y complementar otros instrumentos e iniciativas relacionados con la responsabilidad social, sin reemplazarlos.

Asimismo, la Norma ISO (2010) considera cuatro áreas clave para mejoras en la eficiencia para las organizaciones socialmente responsables, las cuales son:

- Eficiencia energética: implementar programas de eficiencia energética tales como la energía solar, energía geotérmica, energía hidroeléctrica, energía de las olas y las mareas, energía eólica y biomasa.
- Conservación del agua, uso y acceso al agua: conservar, reducir el uso y reutilizar el agua en sus propias operaciones y estimular la conservación del agua dentro de su esfera de influencia.
- Eficiencia en el uso de materiales: eficiencia de materiales se basan en la identificación de vías para aumentar la eficiencia en el uso de materias primas dentro de la esfera de influencia de la organización.
- Minimizar la exigencia de recursos de un producto: la exigencia de recursos de un producto final durante su uso.

Las pequeñas y medianas empresas (pymes)

Las Pymes son pequeñas y medianas unidades de negocio que tienen gran importancia en la economía de cada región y de los países en general. Parkin (2009) comenta que todas las preguntas que se refieren a la economía derivan de querer más de lo que se tiene; a su vez, lo que cada uno puede tener está limitado por el tiempo, nuestros ingresos y los precios que debemos pagar. Menciona también que la incapacidad de obtener lo que queremos se llama escasez.

Por lo tanto, la economía podría definirse como “una ciencia social que estudia las elecciones que los individuos,



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

las empresas, los gobiernos y las sociedades hacen para enfrentar la escasez.

De acuerdo con Rodríguez (2011), las micro, pequeñas y medianas empresas se han configurado como un elemento decisivo en el desarrollo de la dinámica productiva de la sociedad mexicana. En la actualidad, el sistema económico sustentado en un espíritu emprendedor socialmente responsable, con el apoyo facilitador y orientador del estado, se proyecta como el esquema más eficaz para generar bienestar. Por lo tanto, resulta indiscutible que el proceso de los países es posible a partir de la acción cardinal de los emprendedores, quienes conforman un conglomerado de conocimientos y de recursos para generar prosperidad. En un sistema abierto todos son libres de ensayar una idea original para un nuevo bien o servicio, concebir alguna forma diferente comercializar o de diseñar esquemas novedosos de organización empresarial.

El pequeño empresario se configura como pieza clave y vital de la economía moderna en los países desarrollados y en los que están en proceso de desarrollo. Aunque muchos teóricos han acusado a los empresarios de ser simples agentes de sus propios intereses y de ser ajenos al bienestar de la sociedad, seguirán siendo un elemento básico de la economía de mercado, comenta P. Sánchez y S. Rivero citados por Rodríguez (2011).

El pequeño empresario es el protagonista en el surgimiento de nuevas micro, pequeñas y medianas empresas. El concibe una idea cuyo desarrollo será a pequeña escala, con recursos escasos y una confianza infinita en su proyecto de empresa, aunque consciente de los riesgos que asume. (Rodríguez, 2011)

A partir de los datos emitidos por la Secretaría de Economía y de Desarrollo Sustentable del Estado de Guanajuato (Secretaría de Desarrollo Económico y Sustentable de Guanajuato, s.f.), Guanajuato cuenta con 179 862 unidades económicas, que aportan 4.8% al PIB nacional, esto lo coloca en el séptimo lugar de la República mexicana en aportación al PIB nacional. Del total de las unidades económicas, 99.8% son micros, pequeñas y medianas empresas (Mipyme) generando 79% del empleo estatal, reflejando así su importancia socioeconómica.

Guanajuato cuenta con una posición estratégica dentro del territorio nacional. Se sitúa prácticamente en el centro de éste, donde confluyen los ejes de infraestructura carretera y ferroviaria, permitiendo así una movilidad extraordinaria de personas y mercancías. Estos factores convierten al estado en una rótula dentro del corazón del diamante de México, por su posición estratégica en el marco de las zonas urbanas nacionales. Este diamante está formado por

las ciudades de Guadalajara, Aguascalientes, San Luis Potosí, Querétaro y Morelia, junto con las grandes ciudades del valle de México. Aquí se encuentra el triángulo del crecimiento económico nacional, que contiene el área de mayor densidad del país.

Conraud (2015) comenta que los estudios sobre Responsabilidad Social en la Pyme son recientes y con desatino se abordan bajo la perspectiva de las grandes empresas; por tanto, cuando las prácticas esperadas no se ven reflejadas en la Pyme se argumenta que no es posible hablar de Responsabilidad Social en ésta. Sin embargo, ajustándose a la definición propuesta por Boutilier y Thompson (2011) citados por Conraud (2015) en el sentido de que la responsabilidad social es el compromiso adquirido por la organización, por haber obtenido de la sociedad la licencia, el permiso con el cual se asienta y de donde obtiene los recursos, materiales e inmateriales, trascendentes o intrascendentes, para producir su razón de existir. En este sentido, cualquier organización es susceptible de contraer compromisos de responsabilidad social, ya que, como se establece en la ISO 26000 (2010), se puede argumentar que la Pyme depende más de sus proveedores y clientes, y por tanto, no es autónoma para decidir por sí sola sobre acciones de responsabilidad social.

Una empresa sustentable debe abarcar tres áreas: preservar y cuidar el medio ambiente, tener responsabilidad social y procurar su rentabilidad para tener permanencia de largo plazo (Conraud, 2015). Al igual que los grandes corporativos, las Pymes pueden emprender acciones que generen una conciencia ambiental. La reducción del uso de papel, el ahorro de energía y el uso adecuado del agua en sus procesos productivos dan la pauta para generar ahorros económicos y disminuir su huella ecológica.

La Responsabilidad Social interactúa en campos internos y externos, el primero se refiere a la responsabilidad que tiene la organización con los miembros que la conforman, es decir, con sus colaboradores y socios; el segundo está relacionado con los miembros de la comunidad, proveedores, clientes y autoridades competentes. (Conraud, 2015)

La RS crea sinergia entre los grupos de interés, por ello, la misión es crear conciencia dentro de las Pymes respecto a la implementación de estrategias de RS para lograr un incremento en la competitividad de las empresas e impulsar el desarrollo de las comunidades con un enfoque sistémico y sustentable.

La RS en la Pyme implica establecer prácticas de recursos humanos, donde su característica primordial es que se definen ad hoc, es decir, son determinadas por los



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

principios y valores de los propietarios como compromiso compartido; las relaciones de trabajo a largo plazo, la igualdad en el trato hacia los empleados y, sobre todo, la conciencia de promover empleados totalmente identificados con la cultura empresarial (Gutiérrez y Rubio, 2010).

Cadena de valor

Las grandes tendencias hacia la calidad, la movilidad de personas, la innovación en productos e información, el incremento comunicacional, la complejidad de los sistemas y el valor del conocimiento y la cooperación marcan pasos continuos y sin retorno en el devenir del futuro basados en la tecnología y en las personas.

La ventaja competitiva no puede ser analizada contemplando a la empresa o una región como un todo. Esta se genera por la interrelación de muchas actividades discretas que una firma ejecuta permanentemente de manera encadenada bajo la forma de procesos.

La visión de los procesos permite comprender de qué forma y cuándo se desarrolla valor para el cliente.

Para Donovan (s.f.) citado por Chávez (2012), la cadena de valor se ha desarrollado para responder a la necesidad que las empresas rurales tienen de cumplir con las exigencias de la demanda por productos especializados de alta calidad. La cadena de valor se define como una red estratégica de actores independientes que actúan dentro de la misma cadena productiva.

La red estratégica implica que estos actores estén dispuestos a colaborar para identificar objetivos, metas y estrategias comunes, compartir riesgos y beneficios, e invertir tiempo, energía y recursos en mantener estrechas relaciones comerciales. Esta red puede ser horizontal (vinculación entre actores del mismo eslabón) o vertical (vinculación entre actores de diferentes eslabones).

A diferencia del concepto de cadena productiva, donde los diferentes actores compiten entre ellos por optimizar sus beneficios económicos, el objetivo primordial de la cadena de valor es la optimización sistémica, con el fin de lograr metas inalcanzables de manera individual, a través de cooperación, comunicación y coordinación.

Iglesias (2002) citado por Chávez (2012) concibe a la cadena de valor como la colaboración estratégica de empresas con el propósito de satisfacer objetivos específicos de mercado en el largo plazo, y lograr beneficios mutuos para todos los eslabones de la cadena. El término cadena del valor se refiere a una red de alianzas

verticales o estratégicas entre varias empresas de negocios independientes dentro de una cadena productiva.

Para entender la ventaja competitiva, Porter (2006) introduce el concepto de cadena de valor como una herramienta para examinar a la empresa en su conjunto; la empresa en este sentido es entendida como un conjunto de actividades cuyo fin es diseñar, fabricar, comercializar, entregar y apoyar su producto.

En este contexto, la cadena de valor permite dividir a la empresa en sus actividades estratégicamente relevantes a fin de entender el comportamiento de los costos, así como las fuentes actuales y potenciales de diferenciación; se logra la ventaja competitiva realizándolas mejor o con menor costo que los rivales. A su vez, la cadena de valor está inmersa e integrada a un flujo más grande de actividades al que da el nombre de «sistema de valores». El sistema está integrado por cadena de valor de los proveedores, de la empresa, de los canales y de los clientes. Para obtener y mantener la ventaja competitiva es preciso conocer no sólo la cadena de valor de la empresa, sino cómo encaja en el sistema de valores. (Porter, 2006)

Metodología

Se propone una metodología mixta, que contemple etapas descriptivas, exploratorias, documentales y de medición cuantitativa. Se plantean, entre otras, las siguientes metas de enfoque: Medir cuantitativamente la competitividad económica de las organizaciones del sector agrícola de la región, a mediano plazo; Potenciar nuevas estrategias empresariales de carácter sustentable en las organizaciones del sector agrícola de la región; Establecer estrategias para el desarrollo y permanencia de las pequeñas y medianas empresas comerciales de la región que impulsen la formación de cadenas de valor.

Para realizar la parte exploratoria de la Responsabilidad Social (RS) de las organizaciones que corresponde a un fragmento del proyecto de investigación, se consultaron diferentes artículos, modelos e instrumentos que miden la RS, de los cuales se integró un cuestionario con 40 ítems con preguntas cerradas, del cual se ha realizado la prueba piloto.

Se utilizará el programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), para analizar la información recopilada en los cuestionarios aplicados.

De acuerdo con el reporte generado en el Directorio Nacional de Unidades Económicas (DENUE), en el municipio Pénjamo, Guanajuato existen 51 pequeñas y medianas empresas dedicadas al comercio al por menor y



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

por mayor, mismas que están siendo entrevistadas por el equipo de trabajo.

Resultados esperados

Debido a que la investigación se encuentra en proceso, no se cuentan con resultados hasta la fecha. Sin embargo, se muestran enseguida los resultados reflejados en el proyecto.

- Se espera que al concluir la ejecución del proyecto se obtengan los resultados siguientes:
- Determinación de la correlación entre la competitividad económica y el desarrollo económico regional.
- Identificación de los sectores económicos más importantes en el desarrollo de la competitividad económica regional.
- Determinación de variables estratégicas para la creación de empresas.
- Determinación de política económica regional en base a evidencia empírica.
- Instrucción de los estudiantes en el desarrollo metodológico mediante análisis de evidencia empírica en estudios de caso de la región.
- Identificación de las necesidades y características de las empresas y productores agrícolas mediante un análisis socio económico.
- Estimación de la competitividad y sustentabilidad regional del Bajío de Guanajuato.
- Impulsar las competencias investigativas, el sentido crítico y el compromiso social en los grupos de interés.
- Estudiantes convencidos de continuar su preparación con programas de posgrado para fortalecer su potencial competitivo.
- Creación y desarrollo de empresas sustentables a nivel local, regional, nacional e internacional.
- Fortalecer transversalmente los programas académicos de la institución.

- Desarrollar estrategias de enseñanza-aprendizaje para la formación emprendedora y administración de negocios.

Conclusiones parciales

Con base en la información recopilada hasta el momento de elaborar este escrito, se aprecia que el concepto de Responsabilidad Social, no ha sido adoptado por las empresas, no existe ni se le otorga el interés que le concierne y su impacto en la Competitividad de las compañías. La figura de los stakeholders es desconocida por los dirigentes de las empresas y su rol es ignorado en el ejercicio de las funciones de las organizaciones.

Referencias bibliográficas

- Chávez, J. (Enero de 2012). Cadena de valor, estrategias genéricas y competitividad. Oaxaca, Oaxaca, México: Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.
- Chirinos, M. F. (Noviembre de 2012). Responsabilidad Empresarial o Empresas Socialmente Responsables. *Razón y palabra*(81).
- Conraud, E. O. (2015). *Responsabilidad social empresarial de las Pymes del estado de Guanajuato*. México: Pearson educación, S.A. de C.V.
- González, E. (Julio de 2009). Diagnóstico organizacional enfocado a la Responsabilidad Social Empresarial en DEXON LTDA. *Universidad minuto de dios: especiaización en gerencia social*.
- González, L. (2008). *Responsabilidad social empresarial: Una guía para comprender el fenómeno que está revolucionando a las empresas de Latinoamérica y el mundo*. México: Grupo Editorial Norma.
- Norma Internacional ISO 26000. (2010). *Guía de responsabilidad social*.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

- Núñez, J. (2007). Función de la auditoria interna y su participacion en la Responsabilidad Social de la empresas. *XXVII CONFERENCIA INTERAMERICANA DE CONTABILIDAD*. SANTA CRUZ, BOLIVIA.
- Porter, M. (2006). *Ventaja competitiva*. México: CECSA.
- Raufflet, E. L. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. México: Pearson.
- Rodríguez, J. (2011). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. México, D.F.: D.R. 2010 por Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.
- Tercer Mundo Económico. (23 de Abril de 2008). Globalización. *Tendencias & Análisis*.
- Vergara, M., & Vicaría, L. (Enero de 2009). Ser o aparentar la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia:. *Análisis organizacional basado en los lineamientos de la Responsabilidad Social Empresarial*. Bogotá, Colombia. Recuperado el 24 de Mayo de 2016



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5^o ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Campaña institucional de recolección de pilas alcalinas mediante una estrategia de marketing electrónico en una IES.

Área Temática: VI. Responsabilidad social en la sustentabilidad.

Nombre de los autores:

Herrera Muñoz Gonzalo

Sarabia Alonso Ma. Teresa

Espino Guevara Patricia Guadalupe

Institución de procedencia:

Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo.

Correo electrónico: pespino@itesa.edu.mx Número

telefónico: 045 775 75 126 16



5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Campaña institucional de recolección de pilas alcalinas mediante una estrategia de marketing electrónico en una IES

Resumen: “En éste paper se presentan los resultados generados después de haber implementado una campaña de recolección de pilas alcalinas mediante una estrategia de marketing electrónico en una IES”. La cual resulta de relevancia, ya que México se encuentra en una crisis ambiental, al no tener lugares fijos en los que se puedan depositar pilas alcalinas desechables, las cuales son un riesgo al contener químicos presentes en metales puros y óxidos, los cuales son nocivos para la salud, la seguridad y el bienestar de la población (Ochoa, 2001). Contaminan el aire, suelo y agua, ésta es una de las principales problemáticas de contaminación en el país, en la que se presenta una incorporación de materias extrañas, como microorganismos, productos químicos, residuos industriales, y de aguas residuales, las cuales deterioran la calidad del agua, haciéndola inútil para los usos pretendidos del ser humano, en la contaminación del suelo existe una incorporación de materias como la basura, los desechos tóxicos, los productos químicos, y los desechos industriales; misma que produce un desequilibrio que afecta negativamente a las plantas, los animales y seres humanos; en la contaminación del aire existe la adición dañina a la atmósfera de gases tóxicos (Ochoa, 2001).

Es por ello que, el presente trabajo tiene como objetivo fundamental presentar la realización de una estrategia para el manejo final de pilas alcalinas en una IES, mediante la implementación de una campaña a nivel institucional, basándose en un instrumento de validación, seguida, del diseño de una estrategia de concientización basada en el marketing electrónico social, teniendo como fase final evaluar la factibilidad de la campaña mediante la cantidad de pilas recolectadas.

Abstract: "In this paper the results generated after implementing a campaign of collection of alkaline batteries by mail marketing strategy presented in an IES". Which it is of relevance, since Mexico is in an environmental crisis, having no fixed places in which to deposit disposable alkaline batteries, which are a risk to contain chemicals in pure metals and oxides, which are harmful health, safety and welfare of the population (Ochoa, 2001). Pollute the air, soil and water, this is one of the main problems of pollution in the country, where an incorporation of foreign matter such as microorganisms, chemicals, industrial waste is presented, and wastewater, which impair water quality, making it useless for the intended uses of the human being, soil contamination exists an incorporation of materials such as waste, toxic waste, chemicals, and industrial wastes; same causes an imbalance that adversely affects the plants, animals and humans; in air pollution harmful there to the atmosphere of toxic gases (Ochoa, 2001).

That is why, this work has as main objective to present the realization of a strategy for the final disposal of alkaline batteries in a IES, by implementing a campaign at the institutional level, based on a validation tool, followed, design an awareness strategy based on social-mail marketing, with the final phase assess the feasibility of the campaign by the amount of collected batteries.

Palabras claves: Campaña, pilas, marketing electrónico.

Introducción

En América Latina, El Caribe y México, los residuos especiales y peligrosos, generalmente, se mezclan con los residuos sólidos municipales. Las principales causas de este problema son: la falta de control de las autoridades debido a la carencia de recursos humanos, físicos y financieros; la no aplicación de sanciones a los infractores, los favores políticos, privilegios y la corrupción. Otra causa es el inadecuado almacenamiento temporal de los residuos

debido a una falta de estandarización y mantenimiento de los recipientes y el uso de contenedores en la vía pública es deficiente, convirtiéndose en un sinnúmero de vertederos sucios con problemas de olores y proliferación de vectores (Recuamar,2000). Al respecto, las pilas son uno de los contaminantes principales del medio ambiente ya que de cierta manera nos facilitan el uso de muchos equipos que necesitamos en nuestra vida diaria, pero una vez agotadas,



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

se descartan con el resto de los residuos, por lo que terminan en basurales o rellenos sanitarios, pudiendo quedar expuestas a incendios y a reacciones químicas incontroladas que afectan las aguas, el suelo y el aire (Celaya y Bernal, 2013).

Por lo anterior, se menciona que existe una inmensa necesidad de consumir fuentes de energía que permiten el funcionamiento de equipos, aparatos, juguetes y otros productos domésticos e industriales, generando extraordinarios volúmenes de pilas y baterías que, luego de su utilización, son abandonadas a cielo abierto y sin control oficial alguno; lo cual podría generar problemas de salud pública y contaminación de los recursos naturales (Molina, Najjar Y Guajardo, 1998).

Respecto a ello, el peligro que producen las pilas que se desechan es uno de los temas prioritarios en la agenda de los ecologistas urbanos. Ya que la pila es un elemento que contiene diferentes metales en su composición como mercurio (la mayoría de las pilas botón, pilas alcalinas y de óxido de plata) o cadmio (pilas recargables), aunque también son preocupantes otros metales como el manganeso, níquel y zinc. Esto permite pensar que se pueden contaminar, en gran escala el medio ambiente a partir de la distribución indiscriminada de este tipo de pilas, aunque muchos fabricantes aseguran que es prácticamente imposible, debido al sello hermético que poseen (Celaya y Bernal, 2013).

Teoría del dominio y trabajos previos

En la actualidad México no cuenta con una campaña nacional que gestione de manera correcta la recolección de pilas alcalinas, sin embargo, existen estudios similares donde se muestra la factibilidad que tiene el tratamiento adecuado de éstas. Por una parte, Ojeda (2001), hace referencia a la gestión en Colombia para la creación de la Ley Nacional referente a envases de plaguicidas, aceites usados y pilas agotadas, la cual regulaba la emisión de estos contaminantes al medio, además de darles un tratamiento adecuado a las pilas alcalinas y evitar su emisión al medio ambiente.

Posteriormente, Ubirata (2003), se centra en un estudio realizado en Brasil el cual brinda un panorama completo sobre planes de capacitación aplicados a pilas y baterías, los mecanismos utilizados para lograr la participación comunitaria en el área de la gestión ambiental, y el desarrollo de propuestas de comunicación social, la promoción de la salud, la capacitación y el fortalecimiento comunitario.

Sin embargo, Greenpeace (2010), en el Ecuador a partir de la reunión de Quito acordó definir como línea de acción principal el desarrollo de una estrategia que permitiera la gestión y tratamiento adecuado de residuos peligrosos y contaminantes, donde las pilas alcalinas encabezaban la lista, a partir de la ejecución de proyectos de carácter regional que se tornarían en nacionales.

Al mismo tiempo, la PROFECO (2011), realizó un estudio en México donde analizó la durabilidad de 15 marcas de pilas alcalinas y determinó que en promedio la vida útil de estas oscila entre 633 a 844 minutos lo que equivale a utilizar un promedio mínimo 10 pilas al año, siempre y cuando su uso no sea frecuente.

De igual manera, Medina (2008), realizó una campaña para gestionar la recuperación del litio de las pilas alcalinas a partir de métodos hidrometalúrgicos, en México, principalmente en la zona metropolitana del Distrito Federal, identificando que este elemento representa el 15% del peso total de las pilas y si se le da un tratamiento adecuado se puede recuperar hasta el 83% de material lo que equivale a eliminar la contaminación de 9.5 mil litros de agua.

Por último, Nosedal (2006), realizó un proyecto piloto urbano en la Zona Metropolitana del Valle de México, en específico en la Facultad de Ingeniería de la UNAM, donde determinó información sobre los volúmenes y características de las pilas desechadas por parte de la población de estudio, además proporcionó evidencia a través de datos para demostrar la factibilidad de implantar un programa a mayor escala para el manejo integral de pilas y baterías en México.

Metodología

Las pilas y baterías usadas o agotadas, provenientes mayormente del uso de distintos artefactos: juguetes, electrodomésticos pequeños, equipos de música, relojes, computadoras, forman parte de la generación habitual de residuos domésticos o domiciliarios. Contienen algunos metales pesantes como el mercurio, el cadmio o el plomo, que son potencialmente peligrosos para la salud y el medio ambiente. Dichos componentes pueden afectar la cadena alimentaria, hasta llegar a generar consecuencias graves que afectan a todas las personas.

Los efectos de las pilas en la salud son diversos, ya que dependiendo de la cantidad, así como del tipo de metal que ingrese al cuerpo, pueden generar diferentes tipos de cáncer, anemias, lesiones pulmonares, disturbios hematológicos, disfunciones renales, hepáticas y respiratorias; malformaciones, dermatitis, dolores estomacales, disturbios en el hígado, necrosis de la médula



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

ósea, hígado y riñones, daños a la piel, malformaciones o anomalías en el feto así como disfunción en el aparato reproductor masculino.

Las pilas no solo dañan el ambiente sino que también dañan la salud como anteriormente se mencionó y son capaces de dañar hasta 5,000 litros de agua, por alguna razón la población las sigue usando, son muy útiles y necesarias sin embargo, contribuyen al deterioro del medio ambiente.

Debido a lo anterior, en México no existe una estimación precisa sobre el consumo de pilas desechables; las estadísticas del INEGI (2011) en la sección de generación de desechos, solo mencionan la basura de residuos metálicos, sin señalar el tema de las pilas de desecho. Sin embargo, se estima que entre 1995 y 2011 se generaron 35,500 toneladas anuales de residuos de pilas y baterías (2,3), al mismo tiempo que el INE (2001) considera un consumo nacional anual de 10 pilas por habitante, de las cuales se calcula que el 50% es de origen ilegal.

En consecuencia, existen proyectos locales de recolección en algunos municipios y estados de la República Mexicana; sin embargo, no existen proyectos federales que aborden el reciclaje de pilas y baterías, o comercios que se dediquen formalmente al reciclado de baterías, tal como lo indican las estadísticas del INEGI (2011) en su apartado “Características principales del comercio de material reciclable por entidad federativa y clases de actividad económica”.

Por ello es importante el papel del consumidor al momento de seleccionar la pila, con una actitud responsable, objetiva y ética, ya que determinará a mediano plazo la calidad de los productos ofrecidos y el destino que estos tendrán, así como el impacto social, ambiental y en materia de salud

Las pilas son uno de los productos más consumidos en la actualidad debido a su versatilidad y el uso que estas tienen, pero para entender la esencia de las mismas recurrimos a la literatura para tener un panorama amplio sobre las generalidades que poseen.

Por una parte, Medina (2008) define a una pila como un sistema en el que la energía de una reacción química se transforma en energía eléctrica. Además menciona, que las pilas se componen de celdas electrolíticas en las que dos placas eléctricas de metales distintos forman las terminales positiva y negativa (cátodo y ánodo) y están separadas entre sí por una solución denominada electrolito, que es el medio capaz de conducir electrones entre ambas placas y por tanto de producir energía eléctrica.

Por otra lado, es Instituto Nacional de Ecología (2011) define a las pilas como generadores de corriente eléctrica que utiliza la energía liberada en una reacción química, es decir, generadores que convierten la energía química en eléctrica.

La mercadotecnia electrónica, según Buchamman (2009) la define como el estudio de las técnicas del uso de Internet para publicitar y vender productos y servicios. Y menciona que la Mercadotecnia en Internet incluye la publicidad por clic, los avisos en páginas web, los envíos de correo masivos, el marketing en buscadores, la utilización de redes sociales y la mercadotecnia de bitácoras (blogs).

La página Web, según Rey (2002) la define como un documento que puede contener textos, imágenes, vídeos y, en resumen, contenidos digitales y/o aplicaciones que pueden ser visualizados por un usuario web desde un dispositivo remoto a través de un navegador web.

Storyboard, según Gómez (2013) es definido como un guión gráfico que comprende una serie de gráficos en secuencia, que cuenta o que muestra el resultado de las acciones de los personajes que interactúan entre sí de acuerdo a una acción específica en un determinado entorno.

Por lo tanto, se plantea lo siguiente:

Objetivo general: Desarrollar una estrategia institucional para el manejo final de pilas alcalinas, por medio de una campaña marketing electrónico, para disminuir el impacto ambiental que genera.

Objetivos específicos: Identificar la necesidad de la implementación de una campaña a nivel institucional para el tratamiento de pilas alcalinas con base a un instrumento validado estadísticamente

- Diseñar la estrategia de concientización basada en el marketing electrónico y social
- Evaluar la factibilidad de la campaña mediante la cantidad de pilas recolectadas.

Materiales y métodos: esta investigación es de carácter descriptivo, analiza e interpreta sistemáticamente el grado de aceptación y participación este proyecto por parte de los alumnos de la IES.

Población y muestra : La IES, posee una población total de 2600 integrantes, compuesta por 2500 alumnos distribuidos en 8 Programas Educativos en sus dos turnos y 100 personas entre personal docente, administrativo y de apoyo. Se determinó una muestra representativa de



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

241 alumnos, con un 95% de confiabilidad y un 5% de error estándar, tal como se muestra en la tabla 1.

| Carrera | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|--------------|
| Ingeniería en Logística | 31 | 12.9 |
| Licenciatura en Administración | 35 | 14.5 |
| Ingeniería en Industrias alimentarias | 14 | 5.8 |
| Ingeniería en Gestión Empresarial | 33 | 13.7 |
| Ingeniería Civil | 50 | 20.7 |
| Ingeniería en sistemas Computacionales | 37 | 15.4 |
| Ingeniería Mecatrónica | 26 | 10.8 |
| Ingeniería Electromecánica | 15 | 6.2 |
| Total | 241 | 100.0 |

Fuente: Elaboración propia.



Gráfica 1. Distribución de la muestra de acuerdo al Programa Educativo.

Instrumento y aplicación: se utilizó una adaptación de la encuesta elaborada por Nosedal en el 2006, el cual consta de 10 ítems y mide dos dimensiones que son: factibilidad y nivel de participación.

Descripción: la campaña “Apila tus pilas”, (que significa: almacenar las pilas que vallas desechando) surge con el fin de proveer a la IES, de un sistema de contenedores para depositar baterías alcalinas que ya terminaron su vida útil para posteriormente ser procesadas por una empresa externa a los municipios, y darles el tratamiento que requieren, así, ayudar a la preservación del medio ambiente, esta campaña pretende crear un estado de conciencia en la población de dar el adecuado tratamiento a este tipo de residuos.

Después de aplicar el instrumento, se encontro que el mayor número de alumnos que participaron en esta campaña pertenecen al género femenino 56.3% y solo el 43.7% representa el género masculino, las edades de los encuestados, se presentaron en el siguiente orden: entre 17 a 20 años (41.9%); de 21 a 24 años (30.8%); de 25 a 28 (14.6%) y finalmente, el de menor número, fue de 29 años o más (12.7%).

Respecto al Programa Educativo de los encuestados, el mayor número lo representó Ingeniería Civil (20.7%); en

segundo lugar se encuentra Ingeniería en sistemas Computacionales (15.4%); en tercer lugar se encuentra la Licenciatura en Administración (14.5%); posteriormente, Ingeniería en Gestión Empresarial (13.7%), Ingeniería en Logística (12.9%), Ingeniería en Mecatrónica (10.8%), finalmente, los porcentajes del Programa Educativo con menor nivel de participación se encuentra: Ingeniería Electromecánica e Ingeniería en Industrial alimentarias con (15%) y (14%) respectivamente.

Por otro lado, los resultados obtenidos respecto a cada ítem medido son los siguientes:

La pregunta ¿Usas pilas desechables en tu casa?, muestra que la respuesta con mayor frecuencia es SI, por lo tanto, otorgó un panorama de factibilidad para realizar la investigación, puesto que la población atendida utiliza pilas desechables, tal como se muestra en la tabla 2.

Tabla 2. Uso de pilas en casa

| Pregunta 1 | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 191 | 79.3 |
| No | 48 | 19.9 |
| Total | 239 | 99.2 |

Fuente: Elaboración propia



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La tabla 3 confirma que la cantidad de pilas que la muestra

La tabla 5 confirma que las pilas alcalinas son las más

Tabla 5. Tipo de pilas desechadas

| Pregunta 4 | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|--------------|
| Alcalinas | 172 | 71.4 |
| No Alcalina | 69 | 29.6 |
| Total | 241 | 100.0 |

Fuente: Elaboración propia.

| | | |
|--------------|------------|--------------|
| Más de 15 | 32 | 13.3 |
| Total | 241 | 100.0 |

Fuente: Elaboración propia.

ha utilizado y desechado en un periodo de un año, donde el rango con mayor frecuencia fue de 6 a 10 pilas. Por lo tanto, se pudo concluir que se recolectarían en promedio 5 pilas por personas de acuerdo a los datos obtenidos.

La tabla 4 muestra que la población estudiada utiliza mayor cantidad de pilas no recargables, lo que proporciona un panorama de que al ser desechan y generan más basura y por lo tanto, mayor contaminación. Sin embargo, estos resultados nos ayudan a la realización de esta campaña ya que las pilas recargables son en menor cantidad y por lo

Tabla 4. Tipo de pilas que usan

| Pregunta 3 | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|--------------|
| Recargables | 63 | 26.1 |
| No Recargables | 178 | 83.9 |
| Total | 241 | 100.0 |

Fuente: Elaboración propia

consiguiente esas no se van a reciclar.

Tabla 8. Ubicación de pilas desechadas

| Pregunta 7 | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|--------------|
| Tirar a la basura | 101 | 41.9 |
| Enterarlas | 32 | 13.3 |
| Guardarlas | 62 | 25.7 |
| Llevarlas al centro de acopio | 46 | 19.1 |
| Total | 241 | 100.0 |

Fuente: Elaboración propia

| | | |
|--------------|------------|--------------|
| Mercurio | 89 | 36.9 |
| Litio | 89 | 36.9 |
| Otros | 10 | 4.1 |
| Total | 241 | 100.0 |

Fuente: Elaboración propia.

desechadas y por ello serán las que se reciclarán, afianzando lo procedente de la campaña.

En la tabla 6, se hace mención de las sustancias por las cuales están integradas las pilas y que los usuarios conocen son el mercurio y litio con frecuencia de 89 para ambos casos, además, se encuentra el zinc, lo cual muestra el grado de contaminación que puede generar una sola pila.

Tabla 7. Conocimiento del daño al medio ambiente

| Pregunta 6 | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|--------------|
| Si | 174 | 72.2 |
| No | 67 | 27.8 |
| Total | 241 | 100.0 |

Fuente: Elaboración propia

La población conoce los daños que las pilas alcalinas producen al medio ambiente, esto es favorable porque la comunicación y entendimiento de la campaña, será propicio, al obtener 72.2% como respuesta sí, tal como se muestra en la tabla 7.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La tabla 8 muestra que el destino de la mayoría de las pilas es tirarlas a la basura, lo que da pauta a entender que estas no son tratadas y por consiguiente contaminan lagos, ríos, mares, y suelos, si traspolamos esto a los intereses del presente estudio, resulta benéfico ya que es más que evidente que se eliminará una parte importante de contaminación.

La tabla 9 muestra que el 68.5% de la población no conoce un sitio donde pueda depositar pilas alcalinas que sean de desecho, lo cual, nos muestra la necesidad de implementar una campaña de recolección de pilas.

Tabla 9. Ubicación de un contenedor de pilas

| Pregunta 8 | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|--------------|
| Si | 76 | 31.5 |
| No | 165 | 68.5 |
| Total | 241 | 100.0 |

Fuente: Elaboración propia

Además, se encontró que el 77.2% de la población no conoce una campaña que se dedique a recolectar pilas alcalinas de uso.

Tabla 10. Conocimiento de una campaña recolectora de pilas

| Pregunta 9 | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|--------------|
| Si | 55 | 22.8 |
| No | 186 | 77.2 |
| Total | 241 | 100.0 |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 11 se muestra que la población estudiada desea que exista un sitio cercano, con un contenedor para el acopio de pilas alcalinas de uso, lo cual denota que se requiere de un sitio para tal finalidad.

Tabla 11. Existencia de un sitio cercano para depositar las pilas

| Pregunta 10 | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|--------------|
| Si | 197 | 81.7 |
| No | 44 | 18.3 |
| Total | 241 | 100.0 |

Fuente: Elaboración propia

La elaboración del contenedor de las pilas alcalinas, según la preferencia de la población, deberá ser de plástico con un 33.2%, debido a que estas empiezan a desprender sustancias, en consecuencia los materiales del contenedor son importantes y el contenedor de plástico es el ideal para desechar las pilas ya que no generan otro contaminante al estar en contacto.

Por lo tanto, gracias al instrumento de recolección de información, se puede concluir que realizar esta campaña es factible debido a que en la IES no se cuenta con una campaña de recolección de pilas, además de no existir un sitio especializado de acopio, además, se puede observar que en promedio una persona desecha de 6 a 10 pilas

Tabla 12. Existencia de un sitio cercano para depositar las pilas

| Pregunta 11 | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|--------------|
| Madera | 46 | 19.1 |
| Plástico | 80 | 33.2 |
| Acero Inoxidable | 51 | 21.2 |
| Plástico con Aserrín | 64 | 26.6 |
| Total | 241 | 100.0 |

Fuente: Elaboración propia.

alcalinas al año y éstas no tienen un destino adecuado.

Respecto al desarrollo de la campaña de Marketing Electrónico los resultados obtenidos fueron la inauguración de la campaña institucional de recolección de pilas, elaboración de la página web, elaboración de lonas y carteles, elaboración del logotipo y slogan, elaboración de un storyboard para un anuncio informativo y generar el vínculo con presidencia municipal.

Se elaboró un logotipo representativo de la campaña el cual muestra un mundo rodeado de una hoja que representa la sustentabilidad y el cuidado ambiental, en la parte superior tiene una pila la cual, es la esencia de la campaña y dentro de esta se encuentra el símbolo de reducir, reciclar y reutilizar, en la parte superior lleva el nombre de nuestra campaña y en la inferior el de la IES donde se llevó a cabo.

Se llevó a cabo la inauguración de la campaña en la IES la cual tuvo una duración de 2 semanas y los días de acopio



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

fueron lunes, miércoles y viernes de 12:00 a 2:00 de la tarde e involucro a toda la comunidad estudiantil de la IES.

Elaboración de la página web, a la par se diseñó con la finalidad de generar publicidad, al mismo tiempo, se utilizó como un medio informativo, la cual estaba vinculada directamente con la página oficial de la institución y tenía un contador de visitas para verificar la cantidad de personas interesadas en participar, además estaba integrada por las secciones de inicio, galería, servicio y contactos.

Se elaboraron lonas y carteles informativos donde se brindaba información importante sobre los daños que las pilas alcalinas producen en la salud, medio ambiente y las personas, además se pegaron en cada edificio y en la entrada de la IES, además de diseñar se porto una playera que distinguiera a los promotores de la campaña de recolección.

El storyboard se diseñó para posteriormente generar un spot informativo y publicitario, en donde se retrataba la desinformación que existe sobre el tema, además de las consecuencias inevitables que pueden pasar si no se atiende este grave problema.

Además, se vinculó un nexo con una presidencia municipal, la cual ofreció la opción de ser un centro de acopio de pilas, y la cantidad de pilas obtenidas las llevaría al parque industrial cubitos para que se les diera tratamiento y pudieran ser reutilizadas.

Resultados y Discusión

Como resultados finales para evaluar la efectividad de la campaña se comparó la cantidad de pilas obtenidas en el período de tiempo señalado, obteniendo 18.1 kilogramos en un período de 2 semanas con una participación de 2500 alumnos. Esto se contrasta con una acción similar por parte de la Secretaria de Ambiente y Desarrollo Sustentable (1994), misma que creó una campaña para la recolección de pilas la cual tuvo una duración de 2 años obteniendo un total de 1760 Kg de pilas, correspondiendo el 68 % a pilas comunes y el 32 % a alcalinas, el 32% corresponde a pilas alcalinas es un total de 563. 2 kg por 2 años y con esto 5.41 kg por semana durante los dos años que duró la campaña recopilados de 1992 a 1994, en comparación con los resultados obtenidos por este proyecto se muestra un resultado de 18 kg por 2 semanas lo cual es equivalente a 9 kg por semana, esto expresa el cambio sobre la educación

ambiental que se ha logrado obtener dentro de los últimos años.

Además, el Gobierno del Estado de Zacatecas en colaboración con la Secretaria del Agua y Medio Ambiente (SAMA, 2013) lanzó una campaña para la recopilación de residuos urbanos, donde se obtuvieron resultados de 4,691.5 kg dentro de 13 centros de acopio para 58 municipios, mostrando los resultados obtenidos en este proyecto son acordes a lo esperado.

Por otro lado, en la evaluación del impacto de la campaña ambiental se obtuvieron 232 visitas al sitio web creado, esto muestra que un porcentaje aproximado del 10% de la matrícula de la IES que intervino en la investigación.

Conclusiones

Las pilas alcalinas hoy por hoy son un medio fácil y práctico de generar energía eléctrica de manera portátil, debido a su tamaño y versatilidad, sin embrago, son uno de los productos que más contaminación producen al ambiente, a causa de la cantidad de sustancias químicas por las que está compuesta.

Asimismo, debido al tipo de material por el que son elaboradas no se cuenta con lugares adecuados para su depósito y tratamiento, por lo que en general, se determinó que realizar esta campaña era factible, puesto que los participantes consumían de 6 a 10 pilas en promedio al año y estas no tenían destino adecuado, por lo cual, existía la necesidad de crear un centro de acopio que permitiera darles el trato adecuado y evitar su emisión al medio ambiente.

Por otro lado, esta campaña se apoyó de una estrategia de marketing electrónico como medio de publicidad, donde se creó un logotipo y slogan de la campaña, pagina web, storyboard, playeras, carteles y lonas; generando resultados factibles debido a que la población de la IES, (alumnos, docentes, administrativas y personal de apoyo) conoció nuestra campaña y apporto un mínimo de 2 pilas por persona, logrando recopilar la cantidad de 18.1 kilogramos, lo cual fue completamente satisfactorio y muestra el impacto que tuvo esta campaña de manera interna, para posteriormente expandirla de manera regional abarcando cinco municipios de la región.

Esta campaña tuvo impacto en los tres sectores del desarrollo ambiental, el cual contempla el económico debido a que se generó un vínculo con presidencia municipal para llevar las pilas recolectadas a un lugar adecuado para su reutilización, lo cual genera una disminución en las inversiones futuras para tratar de



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

rescatar ecosistemas contaminados por estas, al mismo tiempo ayuda de manera social puesto que se genera en la población interés y se despierta la conciencia de cuidado al medio ambiente y por último, impacto ambiental debido a que se disminuye la emisión de este tipo de contaminantes al medio ambiente.

Referencias bibliográficas

- Buchamman, J. (2009). Inician reciclaje de pilas usadas. *Periódico Reforma*. Recuperado de: <http://www.inegi.gob.mx/inegi/default.aspx?s=est&c=3670>
- Celaya, A. y Bernal, R. (2013). Proyecto universitario: Módulos interactivos de acopio de pilas alcalinas. *Ciencia & Futuro*, (1)6, 1-7.
- Gomes, S. (2013). Diseño de un storyboard para un comercial de lanzamiento de la marca de cerveza “La Pescuesuda”, dirigida al mercado ecuatoriano. *Tesis para optar por el grado de Licenciatura*. 1- 71.
- Greenpeace. (2010). Gestión de Residuos de Pilas y Baterías. *RAEE*, (1) 3, 1-55.
- <http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/rutinas/ept.asp?t=mamb57&s=est&c=6119>
- INE. (2011). Informe de la campaña: Ponte las pilas. Gobierno Municipal de Cuatitlán, Izcalli. Edo. de México. 1-42.
- INEGI. (2011). Generación de residuos sólidos urbanos por tipo de basura. Recuperado de:
- Linden, L. y Reddy, C. (2002). Informe de campaña: Ponte las pilas. Universidad de Alicante. España. 1- 234.
- Medina, D. (2008). Recuperación de litio a partir de pilas de desecho por métodos Hidrometalúrgicos. *Tesis para optar por el grado de Licenciatura*. 1-50.
- Molina, M., Najar, L., y Guajardo, A., (1998). Impacto ambiental producido por pilas en desuso. *Gestión ambiental en el siglo XXI* (8)1, 10-35.
- Nosedal, J. (2006). Manejo Integral de las pilas en México. *Tesis para optar por el grado de Maestría*. 1-157.
- Ochoa, G. (2001). Revisión y análisis de las experiencias de Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador y México respecto de los cinco elementos claves para el manejo ambiental de pilas y baterías. *REPAMAR*, 1-152.
- Ojeda, D. (2001). Formulación de un Sistema Logístico de Recolección de Pilas Usadas en los Colegios Públicos en la UPZ 66 de la localidad de Ciudad Bolívar. *Tesis para optar por el grado de Licenciatura*. 1-99.
- Ortiz, M. (2008). Contaminación por pilas y baterías en México. Instituto Nacional de Ecología, México. 1-157.
- PROFECO. (2011). Pilas recargables y doble AA. ¿Cuánto duran tus pilas? *Revista del Consumidor*. (1)4, 2-10.
- Recuamar, (2000). Estudio para definir los instrumentos de participación comunitaria en el Ecuador y en la región, para el manejo integral de aceites lubricantes usados, envases de plaguicidas y desechos de pilas y baterías. *Red Panamericana de Manejo Ambiental de Pilas*, (2)12-154.
- Rey, J. (2002). Fundamentos de la animación y máquetin electrónico. Primera Edición, Editorial: *Parramon ediciones S.A.*, Barcelona.
- SAMA. (2013). Resultados de desempeño ambiental. México: Subsecretaría del Medio Ambiente. Zacatecas gobierno del estado.
- Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable (1994). Ponte las pilas en el taller ecologista. Argentina: Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable.
- Ubirata, L. (2003). Pilas, baterías, lubricantes e embalajes de agrotóxicos. Tecnologías, legislación y condiciones socio- político- económicas: situación en Brasil. *REPAMAR*, 39-55.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

**Estudio de Factibilidad de un Modelo de Comercialización aplicado en la
Industria agrícola del maguey en la región del Altiplano Hidalguense**

Área temática: Responsabilidad social en la sustentabilidad.

**Nombre de la institución: Instituto Tecnológico Superior del Oriente del
Estado de Hidalgo**

Elaborado por: M.A. Sandy Yanet Ruiz Meneses
syruiz@itesa.edu.mx cel. 7757571401

Mtro. Gabriel Maldonado Gómez

gmaldonado@itesa.edu.mx

M.B.A. Patricia Guadalupe Espino Guevara
pespino@itesa.edu.mx



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Estudio de factibilidad de un modelo de comercialización aplicado en la industria agrícola del maguey en la región del Altiplano Hidalguense

Resumen: En éste paper se presenta el estudio de factibilidad de una de las industrias con mayor influencia en México, lo cual ha sido la agricultura del maguey, dicha industria ha generado un impacto en diferentes sectores económicos, sociales y culturales del país. Así mismo se propone un modelo de comercialización para reactivar el cultivo de la planta así como su aprovechamiento óptimo y oportuno de los derivados que brinda esta planta.

Abstract: In this paper presents the study of feasibility of one of the industries with the highest influence in Mexico, which has been the agriculture of the maguey, the industry has generated an impact in different economic, social and cultural sectors of the country, It is also proposed a marketing model to reactivate the cultivation of the plant as well as their optimal use and timely of derivatives that provides this plant.

Palabras claves: factibilidad¹, comercialización², maguey³.

Introducción

La Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos para llevar a cabo los objetivos o metas propuestos, generando con ello el éxito de la organización o en este caso de la industria agrícola del maguey.

Uno de los puntos por los cuales estamos llevando a cabo este estudio es con la finalidad de conocer la rentabilidad y sustentabilidad de la comercialización de los productos derivados del maguey.

Este estudio se basa en tres aspectos fundamentales:

Operativo: En esta primera etapa se actualizara o establecerán sistemas dentro del proceso de transformación, yendo de lo tradicional a la modernización.

Técnico: Se refiere a identificar la optimización de recursos como lo son las herramientas, conocimientos, habilidades, experiencias entre otras que son necesarias para el buen funcionamiento y toma de decisiones de la industria.

Económico: Esta etapa se encuentra enfocada en los recursos económicos y financieros del modelo de comercialización; Los cuales determinaran los costos del tiempo, el costo de la realización y los costos de adquirir nuevos recursos.

Teoría del dominio y trabajos previos

Entre las plantas más conspicuas del paisaje mexicano en especial de las zonas áridas y semiáridas de México, están los agaves o magueyes, considerados especies clave en

esas regiones. Los agaves no solo tienen su máxima expresión de diversidad morfológica, filogenética y evolutiva en México, si no también económico, social y cultural. El maguey fue catalogado como un árbol en las crónicas de Fray Bernardino de Sahagún, pero lejos de ser un árbol es una planta del grupo de las cactáceas.

Se carece de datos precisos de cuantos tipos de magueyes productores de aguamiel existen lo que sí se puede afirmar es que el principal productor de pulque es el Estado de Hidalgo, ya que en la región del Altiplano conformada por los municipios de Tlanalapa, Almoloya, Emiliano Zapata, Apan, Zempoala y Tepeapulco se cultivaron más de 33 variedades, siendo el preferido el maguey manso debido a la calidad de su aguamiel. Otras variedades importantes son el maguey pinto, el blanco, el verde, penca larga, xamini, ayoteco y meco, entre otras.

Las Formas de reproducción del maguey son; una por semilla, aunque no se recomienda mucho por a falta de propiedades que pierde la planta, y una segunda alternativa es por hijuelos, los cuales cuando tengan por lo menos seis meses serán llevados aun almacigo donde una vez que alcancen un metro de altura serán trasplantados en un lugar definitivo para su desarrollo. Una vez que el maguey está listo para ser aprovechado, este puede tener múltiples usos o productos derivados.

Historia de la producción y el consumo del pulque

En diversos escritos se redacta que es muy probable que lo otomíes fueran los primeros en preparar pulque alrededor del año 200 A.C. heredando el proceso de elaboración a casi la totalidad de las culturas del centro del país. Otra posibilidad es que se basan en las leyendas populares que atribuyen su origen a los toltecas. Lo que sí se puede



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

demostrar, basado en códices que datan de alrededor del año 200 A.C, es que el pulque tubo una presencia dominante en prácticamente todas las actividades representativas de la vida de las culturas, mesoamericanas. Finalmente, durante la época del imperio azteca se establecieron las bases para determinar el consumo del pulque esto es, quienes podrían consumirlo, en que cantidades, pues el exceso de su consumo era castigado.

Posteriormente, los españoles permitieron el consumo del pulque entre los esclavos que trajeron consigo y los diferentes grupos indígenas. Fue en el siglo XVII que los españoles se decidieron por aumentar la producción del pulque a través del desarrollo de las haciendas pulqueras, las cuales prosperaron en zonas que hoy ocupan los estados de hidalgo, Puebla, Tlaxcala y Michoacán. La al te regulación de la producción y el comercio del pulque dieron pie a que los ingresos que obtenía la corona española procedentes de esta industria fuera de los más elevados.

Sin duda, la introducción del ferrocarril como medio de transporte representó una oportunidad para acceder a nuevos mercados que de inmediato generaron una gran demanda por el pulque. Décadas más tarde esta agroindustria viviría su máximo esplendor a principios del siglo pasado previo al inicio de la revolución mexicana. Como consecuencia de este movimiento las haciendas pulqueras vieron su fin debido a la reforma agraria. No obstante, se continuó con un aceptable nivel de producción, a pesar de la retribución de la tierra.

A partir de la segunda mitad del siglo xx se promovió la reinserción del pulque como bebida tradicional, mediante la creación del Patronato del Maguey. Sin embargo, un problema recurrente ha sido el envasado del pulque, una de las razones por la cual se experimentó una drástica caída en los niveles de consumo a nivel nacional. Resientemente, se enfrenta una batalla para poder comercializar el producto, así como el mejoramiento del proceso productivo, por lo que el gobierno opto por apoyar a la reforestación de la especie. En 2015 la secretaria de medio ambiente y recursos naturales de hidalgo (SERMANAP) entrego 165000 magueyes con la colaboración de la comisión nacional FORESTAL,(CONAFORT) beneficiaron a 14 municipios de la entidad actualmente la comisión nacional para el conocimiento y uso de la biodiversidad (CONABIO) lanzo una convocatoria la cual consiste en una consultoría para el fortalecimiento del sistema productor del maguey del valle de Teotihuacán cuyo objetivo principal era un análisis de mejores prácticas de producción del maguey pulquero y de productos seleccionados del mismo.

Actualmente el maguey es una planta en peligro de extinción en la zona del altiplano viéndose afectado principalmente por el desprestigio en su elaboración así como el uso irracional de la planta, generando desequilibrios en el ecosistema hidalgense de este modo surgió la idea del modelo de comercialización para generar concientización referente al aprovechamiento adecuado de cada uno de los derivados que brinda el maguey, su reactivación consiste en la implantación de una consultoría basándose e su cultivo desarrollo y comercialización enfocados en cuatro aspectos básicos e importantes para la vida del hombre cas, sustento, vestido, aspectos curativos, así como sus beneficios económicos que esta maravillosa planta consigo. Dicho modelo se impartirá a través de un enseñanza- aprendizaje, practica y teórica posteriormente se implementara los conocimientos por medio de una aplicación diseñada por expertos para instruir a los agricultores acerca e la viabilidad económica que tiene el uso adecuado de la planta.

Metodología

Factibilidad Operativa

El modelo de comercialización se generó para concientizar sobre el aprovechamiento adecuado de cada uno de los derivados que brinda el maguey, su reactivación consiste en realizar consultorías basadas desde su cultivo, desarrollo y comercialización enfocados en los cuatro aspectos básicos e importantes para la vida del hombre casa, vestido y sustento, aspectos curativos, así como sus beneficios económicos que esta maravillosa planta concibe pero que no hemos aprovechado eficientemente. Dicho modelo se impartirá a través de una enseñanza- aprendizaje, practica y teórica posteriormente se implementara los conocimientos por medio de una aplicación diseñada por expertos para instruir a los agricultores acerca e la viabilidad económica que tiene el uso adecuado de la planta.

Esta sección deberá contener en primer lugar todas las técnicas y métodos utilizados para el desarrollo del trabajo, además de una descripción detallada de los procesos que se llevan a cabo de cada uno de los derivados, las herramientas que se utilizan y sus diversas utilidades así como de las diversas formas de comercializar.

Plan de operación

En el desarrollo de las operaciones es necesario contar con instalaciones equipadas para el correcto desenvolvimiento



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

de las consultorías se requiere aproximadamente 36 metros cuadrados, para ello es necesario mobiliario, equipo de cómputo para 15 personas así como, de un área digital donde se encontrara la aplicación del modelo para la rápida comprensión de los componentes y derivados del maguey, dependiendo a su desarrollo y madurez, también se mencionaran aspectos relevantes para la generación de estrategias para su comercialización y competitividad.

Factibilidad Técnica

Análisis del mercado

Se realizó un análisis FODA el cual se enfoca en un estudio interno y externo para determinar las fortalezas, oportunidades, Debilidades y Amenazas que influyen en el desarrollo y aplicación de este modelo el cual el resultado fue el siguiente:

Fortalezas:

- Es un modelo innovador
- Se generaran procesos que permitan cuidar al maguey.
- Se cuenta con todos los conocimientos para el cuidado y protección de la planta.
- Está comprometida con nuestra comunidad para proteger el maguey.
- Los productos pueden ser elaborados tecnológica o artesanalmente.

Oportunidades:

- Generar conciencia en los agricultores para poder reactivar su economía con el uso de la planta.
- De cada año de vida del maguey se pueden obtener productos derivados básicos.
- Debilidades:
- Es un modelo de nueva creación, no se conoce el impacto real del proyecto.
- La producción del maguey tiene un lento crecimiento ya que su edad óptima es de 8 a 14 años.

Debilidades

Somos un modelo de nueva creación.

La producción del maguey tiene un lento crecimiento ya que su edad optima es de 8 a 14 años.

Amenazas:

- La planta se encuentra en ´peligro de extinción.
- Los productores prefieren sembrar otros tipos de semillas por el beneficio económico y la recuperación de la inversión pronta.
- El crecimiento de la mancha urbana contribuye a la disminución de espacios para el crecimiento de la planta.
- Las personas que ocupan de manera inadecuada los productos derivaos de la planta están cometiendo un delito.
- Las personas no cuentan con la cultura para el cuidado y tratamiento de la planta.
- Existen leyes que protegen o impiden la producción de los productos derivados.

A través de este análisis se empezó a visualizar el proyecto de la siguiente manera:

Plan de mercadeo

Compañía

Este modelo no tiene una línea de productos debido a que es una empresa que brinda un servicio.

Colaboradores

Una de las principales alianzas estratégicas que se pueden tomar en consideración es crear un vínculo con gobierno estatal a partir de la Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) para promover a través de ella nuestros servicios a los agricultores de la región del Altiplano, ya sea que formemos parte de los programas que brinda la secretaria o simplemente que se ha un intermediario para la empresa.

Clientes

Este modelo está dirigido para toda clase social, los principales clientes son agricultores d ela región que



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

cuenten con cultivos de maguey o simplemente tierras para su cultivo, para fomentar de manera eficiente y eficaz el conocimiento logrando un resultado óptimo a corto plazo.

Competencia Competencia Directa

En el estado de Hidalgo no se tiene indicios de que exista empresas consultoras agrícolas dedicadas especialmente a brindar un servicio en el cual se muestre todos los beneficios del maguey manso, desde su cultivo hasta la extracción de sus múltiples derivados.

Es así como se refleja una clara ventaja competitiva, pues dicha empresa consultora sería la pionera en dicho ámbito y tiene la posibilidad de captar una gran cantidad de clientes en el mercado a la cual vamos dirigidos.

Competencia Indirecta

Como tal solo existe una consultoría agrícola en Hidalgo, la cual es llamada CESAVEH (Comité Estatal de Sanidad Vegetal de Hidalgo A.C.), pero únicamente está dedicada a brindar capacitaciones referentes a medidas fitosanitarias, con respecto a cuestiones referentes a estrategias y medidas para prevenir, controlar y erradicar diferentes plagas en los productos agrícolas y sus derivados. Se analizó que tampoco imparten cursos para el adecuado cultivo de algún producto, lo que lo hace ser parte de nuestra competencia indirecta.

Contexto

Macro - Ambiente

Como punto principal se tiene una norma Oficial Mexicana que regula de manera intensiva la producción y explotación de productos derivados del maguey, entre los que destaca principalmente la extracción del mixiote, ya que destaca principalmente la extracción del mixiote, ya que debido a su mala explotación puede acabar radicalmente con la vida de esta planta, ya que causa deshidratación. Sin embargo existen apoyos por parte de gobierno que fomenta el cultivo de maguey, uno de los principales es en especie, el cual consiste en brindar la planta al campesino para que este lo cultive, pero sin embargo no cuenta con un apoyo técnico que consiste desde el conocimiento total del funcionamiento de la planta, así mismo como la manera adecuada para su explotación.

Micro- Ambiente

Considerando este afecto nos enfocamos en el estado de Hidalgo, que es reconocido por su producción de pulque, sin embargo se han tenido algunos paradigmas con respecto a su proceso de elaboración. En cuanto a apoyos se han observado que a través de la comisión Nacional para el Conocimiento y uso de la Biodiversidad que en conjunto con la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales de Hidalgo han beneficiado a más de 14 municipios con diferentes programas que promueven el cultivo y uso del maguey.

Estudio de Mercado Mercado Potencial

La necesidad de generar fertilidad en tierras de cosecha activa la búsqueda de alternativas que permitan resolver la problemática, es por ello que se propone reactivar el cultivo de esta cactácea y generar a través de capacitación el buen uso y aprovechamiento de los beneficios que nos otorga en su ciclo de vida para ello se toma en consideración a instituciones públicas que fungen como intermediarios a partir de los cuales se impartirán talleres a los interesados, persuadiéndolos de la viabilidad que tiene este tipo de cultivos respecto a los que en la actualidad se siembran que pueden verse afectados por aspectos climáticos en su resistencia y durabilidad.

Mercado Meta

El mercado al que se enfoca el modelo de comercialización son los agricultores de la región del Altiplano que cuenten con tierras de cultivo disponibles para llevar a cabo la producción de maguey, los cuales en el año 2015 se identificó según información recabado por el INEGI se encuentran 213,954 personas dedicadas a agricultura.

Estrategia de Mercado

El mercado al que se encuentra dirigido es un segmento cerrado, difícil de penetrar ya que se está tratando con personas muy arraigadas a sus raíces y por ende difícil de transformar su forma de pensar. Por tal motivo se brindará información a nuestro mercado potencial a través de medios de comunicación, consultorías basadas en el fomento al cultivo del maguey pulquero generando el interés por adquirir los conocimientos óptimos para un adecuado aprovechamiento de la planta. De igual manera informará de los beneficios económicos que pueden obtener, realizando una comparación exhaustiva con otras



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

semillas, dándoles a conocer que otras cosechas solo se dan de manera temporal, en cambio con respecto al maguey y su ciclo de vida que es relativamente largo.

Factibilidad Económica

Haciendo referencia en el autor Ing. Oscar Álvarez de la Cuadra Sánchez, en su obra Recopilación de rubros económicos por servicios de consultoría hace mención de que el costo mínimo de dichos servicios por hora es aproximadamente de \$1,750.00. Los costos son relativamente bajos lo que afectara de manera adecuada a las utilidades obtenidas.

Se realizó un presupuesto de inversión inicial es de \$147,084.00 que incluye activos fijos como lo son los recursos materiales y tecnológicos así como gastos pertinentes para laborar el primer mes.

Por otro lado se realizaron proyecciones de costos el cual se consideraron datos técnicos como; 48 participantes, el precio del servicio de \$ 1,700.00 por cada uno. También se considera 4 capacitadores con un sueldo de \$1,100.00 semanales aproximadamente y viáticos mensuales de \$800.00, por último el costo mensual por los 48 participantes es de \$3,500.00. para las proyecciones se tomó en cuenta la renta de instalaciones de \$950.00, energía eléctrica \$150.00, viáticos del personal \$800.00, sueldo del personal \$17,600.00 y permisos pertinentes para iniciar el negocio de \$2,500.00 estos datos son recabados de manera mensual por lo tanto el costo mensual de estos elementos es de \$22,000.00 y al año \$234,000.00.

Al año los costos fijos son de \$225,100.00 y costos variables de \$11,400.00 lo que equivale un costo total anual por \$236,500.00 a 5 años equivaldría a \$237,636.03.

En cuanto a las proyecciones de ingresos mensuales se obtuvo que el primer mes se generarán ventas de \$168,000.00 para posteriores años se pretende un aumento aproximado del 2.3% en las ventas, obteniendo un total de \$171,864.00 llegando al mes número doce

En las proyecciones de ingresos también se considera un incremento en las ventas del 5% anual, teniendo en el año inicial un total de ingresos de \$2,038,440.00 y con ventas al año por \$2,447,736.56

Para poder tener una visión más clara de la factibilidad del modelo de comercialización se realizó también estados financieros proforma ya que los ingresos son elevados y los costos también se consideraron depreciaciones pertinentes como del mobiliario el cual es de \$16547.93 a cinco años \$20,114.11 y de los impuestos, tales como ISR que al año suman un total de \$178,539.21 a cinco años \$2,

219,98.64. Por lo tanto la utilidad neta anual es de \$1,606,852.86 a cinco años se generara una utilidad de \$1,997,987.78

Por último se analizó el punto de equilibrio anual durante cinco años, el primero consistió en un 11%, es decir que a partir de este porcentaje de ventas se obtendrá ganancias, mientras que en el año número dos, tres y cuatro se considera de 10%, lo que indica que las actividades del negocio es rentable, ya que sus costos no exceden el nivel de ventas esperado.

Por lo tanto con las cifras anteriormente mencionadas el modelo de comercialización, tendrá un valor actual de \$7,440,372.85 el cual es el valor adicionado por llevar a cabo la inversión. No obstante y sin dejar de mencionar de acuerdo a la TIR que es la tasa que la empresa ganara si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas, es de \$1,258.09%.

Resultados

Como resultado podremos definir a través de los tres aspectos de estudio de los cuales se basa la factibilidad que este modelo de comercialización sus beneficios son tridimensionales ya que ayuda a nuestro ecosistema en la regeneración de nutrientes en tierras destrozadas por el mal uso del ser humano o para aquellas que carecen de fertilidad por otro lado a través de su ciclo de vida va generando diversos materiales para usos y productos diversos de los cuales el agricultor puede extraer, elaborar, especializarse e innovar y ser este una fuente de ingresos para su hogar beneficiando a grupo social y reactivando la economía de la entidad.

Discusión

Existen diversos escritos de autores donde cada uno de ellos define de acuerdo a su investigación el origen del producto principal y con mayor auge del maguey el cual es el “pulque” alguno de ellos redacta que es muy probable que lo otomíes fueran los primeros en preparar pulque alrededor del año 200 A.C. heredando el proceso de elaboración a casi la totalidad de las culturas del centro del país. Otra posibilidad es que se basan en las leyendas populares que atribuyen su origen a los toltecas. Lo que sí se puede demostrar, basado en códices que datan de alrededor del año 200 A.C, que el pulque tubo una presencia dominante en prácticamente todas las actividades representativas de la vida de las culturas, mesoamericanas.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Conclusiones y trabajos futuros

De acuerdo al estudio que se llevó a cabo para definir la factibilidad del modelo de comercialización aplicado en la industria agrícola del maguey en el altiplano del estado de Hidalgo, del cual se obtuvieron resultados satisfactorios ya que este modelo puede impactar a sectores económicos, sociales y culturales del estado.

De tal manera que es evidente que esta investigación puede ser enriquecida a través de la elaboración y ejecución de dicho proyecto el cual se realizara un manual de procesos de los productos derivados del maguey lo cual contribuirá a mejores prácticas, optimizando recursos, tiempos y movimientos, de igual manera se dará a conocer a través de talleres o dentro de la misma consultoría; juegos, cuentos, leyendas, música chistes, dichos, relacionados con el maguey por solo mencionar algunos y que son parte de la picardía mexicana de igual manera se pueden dar a conocer los lugares turísticos así como su historia como lo son las haciendas pulqueras. Un punto clave más que merece ser destacado sería considerar la estructura del modelo de comercialización como base para establecerlo en diversos estados que conforma nuestra república mexicana fomentando su desarrollo y su adecuado aprovechamiento de los recursos naturales que lo distinguen ya que este modelo permite establecer estrategias de producción, distribución y de marketing.

Referencias bibliográficas

Corcuera de Mancera S. (1991). El fraile, el indio y el pulque. Evangelización y embriaguez en la Nueva España (1523–1548). México D.F.: Fondo de Cultura Económica. México.

Martín del Campo R. (1938). El pulque en el México precortesiano. An Inst Biol UNAM 9:5–23.

Ramírez JF, Sánchez-Marroquín A, Álvarez MM, Valyasebi R. (2004). Industrialization of Mexican pulque. Steinkraus K, editor. Industrialization of Indigenous Fermented Foods. 2nd ed. New York: Marcel Dekker. p 548–75.

Ramírez Castañeda E. (1994). El maguey y el pulque. Mex Desc 18:10–9.

Ruiz-Meneses, Sandy Y. (2012) “Factores y causas administrativas y turísticas que influyen en la creación del Museo del Maguey y el Pulque en Tepeapulco, Hgo.” Tesis.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Área temática 7 EDUCACIÓN Y NUEVAS PERSPECTIVAS EMPRESARIALES



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Docente como fuente de motivación en aulas de la Licenciatura en Administración

Área:

Educación y nuevas perspectivas empresariales

Autores y coautores

José Luis Alvarado Resendiz. Maestro en Ciencias de la Educación y Licenciado en Administración. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Escuela Superior Tlahuelilpan. Av. Universidad S/N Tlahuelilpan Hidalgo C.P. 42780. Tel 01 771 71 720 00 Ext. 5501 Fax. 5502. E-mail: luisalvare@yahoo.com.mx **Autor**

Mónica García Munguía. Maestra en Tecnologías de la Información y Licenciada en Computación. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Escuela Superior Tlahuelilpan.
Av. Universidad S/N Tlahuelilpan Hidalgo C.P. 42780. Tel 01 771 71 720 00 Ext. 5502 Fax. 5502. E-mail: mgm24.24@hotmail.com **coautores**

Liliana Yadira Castellanos López. Maestra en Administración y Licenciada en Ingeniería Industrial. Instituto Tecnológico Superior de Occidente del Estado de Hidalgo. Paseo del Agrarismo No. 2000. Carretera Mixquiahuala-Tula Km. 2.5. C.P. 42700. Mixquiahuala de Juárez Hidalgo. Tel 01 738 73 540 00. E-mail: lcastellanos@itsoeh.edu.mx **coautores**



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Docente como fuentes de motivación en aulas de la Licenciatura en Administración

Resumen: La educación en los tiempos actuales requiere cubrir otros objetivos perfeccionando algunas estrategias y procesos empleados previamente, en la investigación se analizan las características del proceso motivacional, que en muchas ocasiones se ve reflejado en los resultados de aprovechamiento, asistencia, participación, rezago educativo y deserción de la Licenciatura en Administración de la ESTI de la UAEM; incluyendo las estrategias y acciones realizadas por los docentes y la percepción de los estudiantes hacia las asignaturas en función del esfuerzo y el interés por aprender por la mala impartición de la clase, la utilización de ejemplos y recursos, y finalmente mostrar para que puede ser útil aprender lo que se propone. De tal manera la finalidad es que más adelante la aportación de los datos obtenidos a través de la investigación sea utilizada para la mejora en el desarrollo de la motivación en el aula y en consecuencia a los futuros empresarios que enfrenten los retos para el Siglo XXI.

Abstract: Education in modern times requires cover other objectives perfecting some strategies and processes used previously, in investigating the characteristics of the motivational process, which often is reflected in the results of achievement, attendance, participation, educational lag and dropout are analyzed Bachelor of Management ESTI UAEM; including the strategies and actions undertaken by teachers and perception of students towards subjects depending on the effort and interest in learning by poor teaching of the class, using examples and resources, and finally show that it can be useful learn what is proposed. So the purpose is to further the contribution of data obtained through research is used to improve the development of motivation in the classroom and therefore future entrepreneurs facing the challenges for the XXI Century.

Palabras claves: Motivación académica, Docente, Alumnos.

Introducción

El fenómeno de la globalización está asociado a la aceleración del comercio internacional por la apertura e interdependencia de los mercados, generando la compleja dinámica actual, como los altos niveles de desempleo, y el gran número de profesionistas que pese a contar con un trabajo remunerado sus actividades laborales o percepciones económicas. En el contexto empresarial, las organizaciones se ve afectada por no poder controlar los factores económicos, socioculturales, tecnológicos y legales, lo que traslada a ver a la empresa como un sistema pues se interrelaciona con su entorno.

La relevancia de ver a la empresa como parte de un sistema, arroja la importancia en la formación del licenciado en administración, y la necesidad de responder a demandas de orden laboral pero también moral de la sociedad, en donde los administradores, con sus conocimientos, habilidades y valores, se conviertan en el motor de cambio que puede contribuir no solo al desarrollo económico sino, a una estructura social más igualitaria, con la utilización en del aula de clases de la motivación académica.

Es importante que identificar las raíces de la desmotivación hacia el estudio ya que es uno de los factores más importantes para la obtención de cualquier meta y, sobre

todo, de aquellos objetivos que requieren cambios en nosotros mismos, como lo es todo el proceso educativo. Descartemos las salidas fáciles como "¡Eres un vago!", o "¡No entiendes el sacrificio que estamos haciendo por tí!". La falta de motivación del estudiante tiene su origen, a menudo, en la falta de sentido que para el alumno representa lo que está estudiando y en la falta de estrategias de estudio adecuadas.

La pregunta: "¿Qué puedo hacer para posibilitar que los alumnos se interesen y se esfuercen por aprender?", se refiere no tanto a la motivación misma de los alumnos, si no al entorno que los profesores pueden crear con el modo de actuar y de dirigirse a ellos. Por esta razón para responderla sería lógico que los profesores examinen qué hacen, desde que comienzan un curso o una clase hasta que terminan, que puede afectar positiva o negativamente al interés y esfuerzo que los alumnos ponen en aprender, a lo que denominamos Motivación Académica.

La importancia de la motivación académica en el proceso de enseñanza-aprendizaje y destacar el papel relevante que el profesor tiene como agente en la aparición y desarrollo de la motivación en los alumnos de nivel superior, de la Licenciatura en Administración de la Escuela Superior de Tlahuelilpan de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (ESTI de la UAEM). En términos generales la motivación es la palanca que mueve toda conducta, lo que



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

permite provocar cambios tanto a nivel escolar como de la vida en general. Así también se abordará la creación de estrategias cuya finalidad sea la eficiencia y la creación de una actitud autorregulada por parte del alumno en cuanto a su propio aprendizaje.

Teoría del dominio y trabajos previos

El manejo de la motivación por el aprendizaje en contextos escolares, según Barriga (2010), supone que el docente y sus estudiantes comprendan que existe interdependencia entre los siguientes factores:

- Las características y demandas de la tarea o actividad escolar.
- Las metas o propósitos que se establecen para tal actividad. El fin que se busca con su realización.
- Las actividades que despliegan los participantes, su sentido y significado.

Por lo anterior puede decirse que son tres los propósitos perseguidos mediante el manejo de la motivación escolar:

- Despertar el interés en el alumno y dirigir su atención.
- Estimular el deseo de aprender que conduce al esfuerzo y la constancia.
- Dirigir estos intereses y esfuerzos hacia el logro de unos apropiados y a la realización de propósitos definidos.

Analizando la motivación escolar, no es sólo el incentivar a las personas que intervienen en un aula de clases, porque la tarea de enseñar requiere que el docente posea la adecuada formación y capacitación pedagógica correspondiente, de manera tal que su labor e interacción con los alumnos resulta beneficiosa en ambos lados, en el “hecho de que el profesor les ayude a descubrir la relevancia o utilidad que pueda tener el conocer lo que se pretende que aprendan” (Tapia, 2005). Lamentablemente, muchas veces los docentes no poseen un adecuado método de enseñanza y peor aún, no poseen, ni aplican adecuadas situaciones motivadoras, lo que influye de sobre manera en los aprendizajes de sus alumnos. La motivación resulta así, imprescindible en todo acto de enseñanza aprendizaje. La práctica profesional y la revisión de bibliografía sobre el tema permiten establecer que la mayor parte de los problemas en los aprendizajes de los escolares, es el resultado de la falta e inadecuada motivación por parte del docente.

La práctica profesional permite establecer que la mayor parte de los problemas en los aprendizajes de los alumnos, es el resultado de la falta e inadecuada motivación por parte del docente como lo muestra Rego y Pereira (2004), en cuatro categorías de ciudadanía docente

(comportamiento participativo, orientación práctica, concienzudosidad, cortesía) explican la motivación de los estudiantes y la puntuación de desempeño que atribuyen a sus profesores. Se inquirió una muestra de 1201 estudiantes de 12 escuelas. Sugiriendo estar en presencia de comportamientos docentes de “banda larga”, esto es, que producen frutos “calitáricos” sobre diversos niveles de enseñanza.

Vale la pena hacer una pausa en medio de nuestro ajeteo habitual y pensar en la importancia de la misión del docente ante el proceso de enseñanza – aprendizaje, como Rodríguez, Núñez, Valle, Bals y Rosario (2009), lo consideran en la investigación al tener tenido dos objetivos:

a) aportar información sobre cómo los profesores coordinan diferentes ámbitos de autoeficacia (para optimizar el proceso instruccional, para gestionar el aula y para implicar al estudiante en el proceso de aprendizaje), y así dar lugar a perfiles homogéneos de autoeficacia como docentes; b) indagar acerca de cómo éstos se relacionan con niveles y tipos de motivación, estrategias instruccionales y con la autoestima de los docentes. Participando 95 profesores de cinco universidades públicas españolas. Los resultados sugieren que la preparación de las clases, la mejora periódica de los contenidos y la formación continuada son más importantes para los profesores con alta percepción de eficacia.

Cabe recordar que el trabajo del docente, es el facilitador, al ser un puente entre el aprendizaje y el alumno, a quien simplemente se guía hacia el camino de la adquisición de nuevos conocimientos. De ahí la importancia de determinar esta labor, como lo menciona Frías y Narvárez (2010), en su investigación al desentrañar las razones y los factores que influyen en la toma de decisiones de un individuo al iniciar una carrera docente. Determinando que la motivación de un individuo por realizar actividades puede ser tan elemental como lo es un medio para obtener los recursos necesarios para el sustento básico y a la vez ser tan elevada como una manifestación altruista y desinteresada buscando transmitir y compartir experiencias personales que han consolidado un conocimiento experto, como ocurre en el ejercicio docente.

En términos generales la motivación es la palanca que mueve toda conducta, lo que permite provocar cambios tanto a nivel escolar como de la vida diaria. Las consecuencias y la relevancia de las investigaciones se encaminan a identificar la motivación docente, ofreciendo sugerencias, alternativas específicas al analizar su motivación e impacto en el desempeño académico dentro de las aulas de clase de la carrera de la Licenciatura en Administración de la ESTIa perteneciente a la UAEM



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Metodología

El proceso de enseñanza aprendizaje es complejo en donde el docente desempeña un papel importante dentro de la motivación académica, ya que ésta dependerá de la formación y capacitación pedagógica que se tenga como académico; en este sentido, existe la idea de que por lo general los profesores de nivel superior carecen de esta formación, pero sí cuentan con los conocimientos sobre los temas que se abordan en las materias asignadas. Sin embargo se encuentran docentes que son hábiles y diestros en su área, más con dificultades para poder transmitir a los estudiantes el conocimiento y motivarlos hacia las tareas a realizar con la finalidad de que aprendan.

Así como muchos de ellos no le dan la importancia que tiene la motivación en el aprendizaje y actúan en base a su propia experiencia como estudiantes y a la gama de conocimientos adquiridos por el modelaje de sus maestros. Para lo cual utilizan métodos y estrategias que no siempre despiertan el interés de los alumnos ni satisfacen sus expectativas. De la misma forma pocas veces se interesan por conocer a los grupos de estudiantes con los que trabajan, desconociendo sus intereses, habilidades y actividades que fomenten en ellos la competencia y la superación personal.

Esta situación conduce a preguntar ¿Utiliza la motivación en el aula el docente como una figura del aula de la Licenciatura en Administración de la Escuela Superior de Tlahuelilpan de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo para desarrollar el proceso de enseñanza aprendizaje? , ¿Los alumnos se sienten motivados para estudiar la carrera Licenciatura en Administración de la Escuela Superior de Tlahuelilpan de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo?

La investigación implicó un proceso de búsqueda minucioso, completo profundo de los acontecimientos que tienen lugar en el los procesos educativos cotidianos de la Licenciatura en Administración en la ESTI de la UAEM, por lo que el paradigma de estudio fue interpretativo, en virtud de tener como “objeto interpretar la acción y no la conducta” (Erickson, 1989). Las acciones a interpretar en nuestra investigación refieren a los fenómenos de la motivación académica, a través del análisis de las percepciones e interpretaciones de profesores y alumnos, utilizando una metodología cualitativa.

La tarea de esta investigación interpretativa radica en descubrir las opciones y acciones de profesores y alumnos en las aulas de clases de la Licenciatura en Administración en la ESTI de la UAEM. De igual forma esta investigación interpretativa busca la variabilidad en las relaciones entre la forma conductual y el significado en la interacción del

alumno con el docente como una figura primordial del aula. Además se descubren de forma reiterada, patrones localmente distintivos de identidad social, como el uso de los valores. Por lo tanto las unidades de análisis que se reconstruyeron fueron: a) la experiencia de los profesores durante su trayectoria escolar, es decir, su experiencia como estudiantes, b) las opiniones de los alumnos de la carrera Licenciatura en Administración en la ESTI de la UAEM.

Las técnicas que se emplearon para recabar la información empírica fueron la entrevista y la encuesta. La primera técnica para la recogida de información (utilizada con profesores de la carrera de Licenciatura en Administración en la ESTI de la UAEM) consistió en mantener a los participantes hablando de sus recuerdos como estudiantes, y cubrir los aspectos importantes de la investigación permitiendo a los participantes usar sus propios conceptos y términos. Además la entrevista permitió expresar libremente a los profesores sus pensamientos y sentimientos del clima que desarrollaron como estudiantes en sus aulas de clases, logrando acceder a sus experiencias, creencias y actitudes con el propio lenguaje de los participantes.

La segunda técnica utilizada fue la encuesta, técnica que consistió en efectuar preguntas cerradas y abiertas, ya que es una “técnica que permite la recogida rápida y abundante de información mediante una serie de preguntas escritas que debe responder los participantes” (Albert, 2007). Los participantes de esta encuesta son los alumnos de la carrera de Licenciatura en Administración en la ESTI de la UAEM, con la finalidad de conocer su punto de vista u opinión de las técnicas que utilizan los profesores en la motivación académica.

Resultados

Si se examinan las pautas de actuación de profesores y profesoras a lo largo de una clase, pueden observarse variaciones notables de unos a otros. Estas variaciones definen contextos de aprendizaje cuyo significado para los alumnos es también distinto. No es lo mismo comenzar una clase planteando un interrogante que despierte la curiosidad, que pedir a los alumnos directamente que saquen los libros y comiencen a leer, o decir "hoy nos toca el tema..." y empezar después una exposición de tipo magistral, o señalar que deben prestar atención porque el contenido de la clase aparecerá en la próxima evaluación.

Los contextos creados por los profesores tampoco motivan o desmotivan por sí solos. Puesto que también la motivación involucra al estudiante desde su propio autoconcepto, su autoestima, sus experiencias previas y el



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

significado atribuido al mensaje del profesor. Por ejemplo, un profesor dice en un momento dado: "Vas a realizar los problemas que tienes en el texto. A ver quién los termina primero." Esta frase puede constituir un incentivo importante para los alumnos competentes entre cuyas metas prioritarias está el ganar a los demás. Por el contrario, puede desmotivar a los alumnos que tienen una valoración muy pobre de sus propias capacidades y unas expectativas de éxito bajas, y cuya meta prioritaria es evitar quedar mal frente a los demás. En otras palabras, hay formas de actuación del profesor que contribuyen a motivar o desmotivar a la mayoría, como el hecho de realizar una tarea por obligación y la mala impartición de la clase.

Es un hecho que probablemente todos han experimentado que si se decide hacer una tarea sin que nadie nos obligue, por decisión propia e interés personal, no sólo parece que nos cuesta menos trabajo aunque requiera un esfuerzo notable, sino que normalmente sale mejor y, si consiste en una actividad en la que se trata de aprender algo. Los padres, por ejemplo, a veces dicen a sus hijos que por qué no se ponen a leer algo para ocupar el tiempo sin conseguir que nos hagan caso. O si se ponen a la tarea porque se trata de una lectura obligatoria que les han mandado en clase, hacen todo lo posible por quitársela de encima cuanto antes. Pero si, por casualidad, comienzan a leer porque algún amigo les ha comentado lo interesante que es un libro determinado o porque algo en la portada les ha llamado la atención, pueden leerlo de una sentada. ¿Por qué esta diferencia de comportamiento en uno y otro caso?

De acuerdo a Tapia (2005), para que los alumnos se esfuercen y trabajen de buena gana, intrínsecamente motivados, es decir, deseando hacer las tareas por propia decisión aunque inicialmente les haya sido propuestas por otros, deben darse al menos dos condiciones, si bien hay una tercera que facilita la motivación intrínseca:

La primera condición es que perciban que las actividades a realizar les ofrecen la posibilidad de desarrollos personales deseados en relación con los cuales el trabajo escolar y, en relación con el mismo, el apoyo de profesores representan una ayuda que puede facilitar el incremento de la propia autonomía. Si una persona no tiene las capacidades necesarias para hacer algo, no puede elegir, no tiene autonomía. Los alumnos de la licenciatura en Administración de Licenciatura en Administración de la ESTI de la UAEM mostraron respuestas acerca de un docente - la que me obligó a estudiar la divina comedia, la que me obligó a estudiar la Ilíada y la Odisea, la que me obligó a estudiar muchas cosas que incluso de manera humanista forman mucho a un técnico como yo que soy más técnico que humanista-.

La segunda condición para que se acepte efectuar una tarea de buena gana es que su realización permita experimentar que se es competente o que se incrementan competencias personales. Si los alumnos deciden, trabajar en el aprendizaje de una materia cualquiera y resulta que les cuesta entender y que no ven progreso pese a sus esfuerzos, lo normal no sólo es que dejen de intentarlo y que pierdan interés sino también que, si se les fuerza a realizar esa tarea, la rechacen al sentirse obligados a hacer algo que no tiene consecuencias positivas para ellos. El ejemplo es la respuesta que otorgaron los alumnos - un tipo que a mí de plano me hizo detestar la contabilidad, él no sabía nada de contabilidad! y nos quería obligar a aprender, entonces dices, espérate!, cómo, no? si tú no sabes, cómo me quieres obligar!-. Los docentes deben prestar especial atención al grado en que los alumnos experimentan progreso y, en caso contrario, que tratemos de averiguar qué factores lo impiden para decidir qué ayudas proporcionarles.

Finalmente, una tercera condición que puede ayudar a que los alumnos afronten de buena gana el trabajo escolar es que las actividades se conecten con sus intereses personales, con lo que valoran. Por un lado decimos que un alumno tiene interés si mantiene centrada la atención en la realización de una tarea. Entendido así, interés es prácticamente sinónimo de motivación y, por tanto, algo que debe intentar que aumente; como lo demuestran las respuestas de los alumnos: "que me llame la atención, sea de mi agrado, de mi interés", de igual forma respondieron, "solo tengo que tener gusto por las materias, puesto que no sirve para nada la información".

Estas respuestas de los alumnos señalan que una de las experiencias que favorecen el interés, el esfuerzo y el aprendizaje es sentir que se hacen las cosas porque uno quiere, con autonomía, por autodeterminación y no por obligación. Estas experiencias dependen de que, desde el comienzo y a lo largo del desarrollo de la actividad, los alumnos vean que ésta les permite alcanzar metas que desean, esto es, metas valoradas como útiles para ellos mismos. Sin embargo, conseguir aprender lo que proponen los profesores puede ser útil, pero implica que se dejen de lado otras actividades que podrían ser más gratificantes y que supondrían menor costo: hablar con los compañeros, etc. En esta situación esforzarse es fruto de una elección que puede verse afectada por las expectativas de conseguir la meta o no dependiendo de que se posean las condiciones necesarias: habilidad, capacidad de superar las dificultades que puedan surgir, etc.

Un factor que contribuye a facilitar que el alumno perciba que trabaja en su propio interés es que la posibilidad de elegir su tipo de tarea, forma y ritmo de trabajo,



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

compañeros para hacer la tarea, momento y tipo de participación, etc. Aun cuando una tarea pueda ser personalmente útil, si se la impone sin posibilidad de elección, es más fácil que se experimente como algo obligado que se puede elegir entre distintas alternativas. Se ha demostrado empíricamente que la posibilidad de elegir y la experiencia de hacerlo contribuye a la percepción de que trabajamos en nuestro propio interés. En consecuencia, si los profesores de la licenciatura en Administración de Licenciatura en Administración de la ESTI de la UAEH, dan el máximo de posibilidades de opción, estarán contribuyendo a fortalecer el interés y esfuerzo de los alumnos, al estar favoreciendo su experiencia de autonomía.

Las oportunidades que se tienen para dar a los alumnos la posibilidad de elegir son muchas. En primer lugar, por ejemplo, los profesores deben dejar o no dejar que los alumnos pregunten e intervengan cuando lo consideren necesario. En segundo lugar, los profesores pueden dar la posibilidad de opción si ofrecen distintas tareas o formas de actuación para trabajar un mismo objetivo, si aceptan las que los alumnos proponen o si sugerimos a alumnos específicos tareas que verán que pueden estimularles de forma natural por estar más de acuerdo con sus intereses.

Puede ocurrir, sin embargo, que el tipo de ayuda que se acaba de señalar no sea suficiente para que los alumnos consideren que pueden llevar a cabo su trabajo con eficacia. Una cosa es saber qué pasos tienen que dar y otra saber "por experiencia" cómo hacerlo. Actuar implica haber adquirido un conocimiento práctico, una "experiencia" sobre cómo proceder, experiencia sin la cual las instrucciones o guiones pueden dar lugar a la anticipación de dificultades más que de posibilidades de progreso.

Al examinar la motivación de los alumnos y su dependencia del contexto creado por el profesor, es preciso considerar, además, que los alumnos no trabajan aislados y que las tareas que han de realizar no constituyen eventos sin relación alguna entre ellos. Lo que se dice a un alumno es observado por su compañero o compañera de al lado. Lo que se escucha en un momento dado es comparado mentalmente con lo que se ha dicho antes.

El resultado de lo que se dice o se escucha es que, aunque transitoriamente cada una de las actividades del profesor pueda tener un efecto independiente —atraer la atención, aclarar los procedimientos de trabajo o señalar el significado final de una tarea—, cada nueva intervención cobra significado en el conjunto de sus acciones. Estas acciones definen lo que se ha denominado clima motivacional del aula, es decir, “el clima motivacional que

los profesores crean en el aula se traduce en la representación que los alumnos se hacen respecto a qué es lo que cuenta en las clases, qué es lo que quiere de ellos el profesor y qué consecuencias puede tener, en ese contexto, actuar de un modo u otro” (Tapia, 1997,16). Tal representación, modificable si cambian las pautas de actuación del profesor, forma el marco desde el que los alumnos atribuyen significado a la actividad cotidiana, marco que contribuye a facilitar o dificultar la motivación por aprender.

Como consecuencia, aunque al iniciar la reflexión sobre las estrategias de actuación en clase sea preciso analizar por separado los efectos de cada una de ellas, es necesario que los profesores tomen conciencia del modo en que tienden a configurar el clima de sus aulas, ya que sin una modificación adecuada y coherente de éste es muy difícil que puedan cambiar la motivación de los alumnos. Un ejemplo de ello lo proporciona la respuesta -cuando llegué a 4° semestre de la prepa, no recuerdo que, después de, de álgebra no recuerdo que se, se tomaba pero llegamos a llevar Geometría y más bien no supo explicar”-.

Todo profesor debe lograr al comienzo de una clase, como condición necesaria para activar la motivación de sus alumnos, captar su atención despertando su curiosidad, mostrando la relevancia de lo que han de aprender y creando las condiciones para mantener su interés, característica que es preciso distinguir de la curiosidad. La curiosidad es un proceso, manifiesto en la conducta exploratoria, activado por características de la información tales como su novedad, su complejidad, su carácter inesperado, su ambigüedad y su variabilidad, que el profesor hará bien en utilizar para captar la atención de los alumnos. Por ejemplo, los alumnos de la licenciatura en Administración de Licenciatura en Administración de la ESTI de la UAEH respondieron - “Si... si, si, definitivamente, porque yo recuerdo que era un “erudito” porque él llegaba y ni siquiera abría el libro él lo llevaba ya todo en la mente, decía yo, bueno este cuate es bien fregón!”.

El mantenimiento del interés, de la atención, depende de la curiosidad, la cual, a su vez, depende de la novedad de la tarea y de que ésta plantee problemas e interrogantes. Hemos visto que sentir curiosidad implica orientar la atención de forma selectiva sobre un fenómeno. Lógicamente, para que mantengamos nuestra atención centrada en un fenómeno, es necesario que tal fenómeno la haya captado previamente. No obstante, con el paso del tiempo se produce una habituación, lo que hace necesario variar y diversificar las tareas para seguir experimentando curiosidad.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Comenzar directamente a explicar puede contribuir a que los alumnos consideren que la meta es memorizar y aprobar. Por el contrario, dedicar un breve tiempo al inicio de cada tema a plantear situaciones y preguntas que activen la curiosidad puede ser una ayuda particularmente útil en el caso de alumnos que no progresan, ya que supone orientar el aprendizaje hacia la comprensión de fenómenos, no hacia la memorización de hechos. Por este motivo los profesores deben examinar el grado en que usan estrategias como presentar información nueva, incierta, sorprendente o incongruente con los conocimientos previos del alumno, debido a que pueden generar falta de interés y esfuerzo por aprender.

Al analizar la opinión de los alumnos de la licenciatura en Administración de Licenciatura en Administración de la ESTI de la UAEH, de cómo los profesores despertarían el interés en sus respectivas materias, básicamente en la forma en que imparten su clase, ellos responden: “Una mejor explicación y desglose de cada operación o movimiento”, “Que sean práctica, ilustrativas y que tengan muy poca teoría”.

Uno de los grandes retos de un profesor, es atraer la atención de sus alumnos, ya que es a través de este proceso que la información recibida es procesada y tiene un impacto importante en la memoria del individuo. La atención es un requisito para el entendimiento y la memoria. Si se atiende, el cerebro es capaz de captar los estímulos relevantes y asociarlos con su acervo mental, tomando como propia la información significativa, y eliminando "automáticamente", lo que para la mente no es importante. La atención es un requisito para el entendimiento y la memoria. “La atención se construye al identificar la naturaleza y contenido de distintos estímulos, a través de lo que captan nuestros sentidos” (Chávez, 2004, 24), lo que permite posteriormente se seleccione la información relevante, procesándola, mientras permanece constante un estímulo motivador, que hace que la persona se mantenga "despierta", "alerta" a la continuidad de aquello que ha captado todo su interés.

Una vez que algo ha captado la atención de un alumno o alumna, existen otros factores personales que contribuyen a mantenerla y, por lo tanto, a que mantengan su interés por la tarea. Uno de ellos lo constituye el hecho de que la realización de esta tarea les permita alcanzar sus metas personales, al determinar qué es relevante y qué no lo es. Si un alumno está interesado en aprender, pero no ve de qué modo lo que el profesor explica, o las actividades que ha de realizar, le ayuda a ello, perderá el interés.

Al seguir analizando los alumnos de la licenciatura en Administración de Licenciatura en Administración de la ESTI de la UAEH, de cómo los profesores no generan el

interés en sus respectivas materias, es decir, la forma en que la imparte su clase, ellos responden: “Que el temario sea explícito y el docente haga dinámica su exposición frente al grupo, realicemos actividades en clase”. Como podemos observar en la respuesta de los alumnos, mantener la atención de las personas que conforman un grupo, debe ser un proceso dinámico, para que no se caiga en el aburrimiento y la distracción.

Por este motivo, parece claro que los profesores no deben dejar de examinar, por una parte, en qué medida la forma y el ritmo con que presentan la información están contribuyendo a mantener el interés no sólo de los alumnos más dedicados, sino el de aquellos que no progresan; y, por otra parte, el grado en que, tanto la forma en que exponemos, como las preguntas, las tareas y los problemas que planteamos, están suficientemente ilustrados con ejemplos concretos.

Con independencia de las características particulares de los alumnos, hay una serie de factores personales, además de los valores, cuya activación constituye en general una condición necesaria para que se esfuercen por aprender, factores como sentir curiosidad por la situación a los hechos que habría que aprender, caer en la cuenta del problema que supone que no se posean los conocimientos o destrezas necesarios para afrontar tal situación, comprender para qué pueden ser relevante y útil adquirir tales conocimientos y destrezas, y entender y aceptar el desafío.

Es un hecho que la experiencia de progreso, en cuanto que refleja la competencia que el alumno va consiguiendo, favorece su autoevaluación, fortalece sus expectativas y estimula el interés y el esfuerzo por aprender. Sin embargo, para facilitar la experiencia de que se está aprendiendo algo más que a recordar datos o aplicar reglas de forma mecánica es importante prestar atención a las condiciones y estrategias de aprendizaje que favorecen esta experiencia, como el de elaborar una cantidad de ejercicios, como lo muestra la respuesta de los alumnos: “es verdad, entre más resuelvas ejercicios de matemáticas pues las cosas son más rápidas”.

Esta estrategia deberá ser considerada por los docentes licenciatura en Administración de Licenciatura en Administración de la ESTI de la UAEH, durante la impartición de su clase, ya que los alumnos lo consideran necesario para un mejor entendimiento de la materia, como lo menciona sus respuestas: “Que sea llamativa, interesante, dinámica, que no sea aburrida y que el catedrático sepa”, “Que no sea aburrida y los profesores que expliquen bien los temas y que haya más ejercicios prácticos para mayor comprensión”



5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

No es necesario decir que el uso reiterado de los conceptos y procedimientos aprendidos en cualquier materia es fundamental para la automatización de las capacidades que sustentan y para su generalización a la solución de diferentes tipos de problemas, automatización y generalización, los cuales proporcionan una importante experiencia de competencia al contribuir a la sensación de que "hacer esto resulta fácil".

Se debe de considerar algunos aspectos importantes que deben tenerse en cuenta a la hora de planificar ejemplos y ejercicios. El primero de ellos es que conviene hacer explícito a los alumnos el sentido de la práctica: facilitar la automatización y generalización de lo aprendido. El segundo aspecto es que los ejercicios deben centrarse en la adquisición o capacidades —comprensión, razonamiento, solución de problemas, etc., — o de una mejor comprensión de los conceptos y teorías trabajados a través de su aplicación a contextos nuevos más que en un trabajo mecánico o memorístico. En tercer lugar, como ya se ha señalado e ilustrado al hablar de la planificación general de la actividad, es importante que los alumnos cuenten con guiones específicos, especialmente si los ejercicios implican realizar trabajos en los que éstos podrían perderse, para evitar justamente que la sensación de no progresar produzca desmotivación.

En cuarto lugar, es importante hacer explícito a los alumnos que las actividades que se les pide que realicen no son un fin en sí mismas, sino que lo importante es lo que se aprende haciéndolas dado que, al igual que el resto de actividades de aprendizaje, son "estrategias de aprendizaje". Precisamente por eso es importante, en quinto lugar, centrar la atención del alumno en el proceso que sigue al hacerlas, para que tome conciencia de qué es lo que hace bien, qué es lo que hace mal y qué le ayuda a corregir esto último. En sexto lugar, es importante que los profesores ayudemos a "regularizar" los ejercicios, esto es, a que se vaya haciendo de forma distribuida a lo largo de días o semanas, y no de un golpe antes de un examen. De este modo, al implicarse el alumno de modo regular y distribuir su esfuerzo, éste se hace más llevadero, evitándose la percepción inicial de que aprender tiene un costo grande.

Implicar al alumno de forma regular posibilita, además, que éste pueda recibir de modo más o menos constante una retroalimentación regular por parte del profesor o, eventualmente, por parte de los compañeros, retroalimentación que contribuye a la consolidación de lo aprendido y, gracias a ésta, al mantenimiento del interés y el esfuerzo por aprender.

Frecuentemente, cuando se estudian las razones del posible desinterés de los alumnos por el trabajo escolar, se pasa por alto la necesidad que tenemos las personas de saber para qué puede servir lo que hacemos, por ejemplo, cuando preguntamos a los alumnos qué es lo que hace que se interesen por lo que se les enseña en clase y que se esfuercen por aprender, a menudo responden: "Conocer para que sirve". Un alumno no se esforzará al oír del profesor: "vamos a ver si conseguimos aprender como argumentar para persuadir a otro de que haga algo que queremos". Al parecer, el hecho de que el profesor explique a los alumnos para que puede servir aprender a resolver un tipo de problemas o comprender un tema solo resulta motivador si éste ha interiorizado el valor de desarrollar la capacidad implicada. Las experiencias obtenidas de los alumnos: "tuvimos la enseñanza de la gran mayoría de las materias. Yo recuerdo cuando por ejemplo en el tecnológico me enseñaban todo lo que es las transformadas de la "plas", las ecuaciones de "courshi", etc., yo decía, esto en ¿qué la voy a usar? Nunca me dijeron en qué!".

En consecuencia será preciso que los profesores ayuden a los alumnos a ver a que lo que se pretende que aprendan es necesario, relevante y útil no en abstracto, sino para conseguir lo que ellos valoran, y que con el ejemplo ofrezcan modelos donde puedan aprender a valorar las distintas competencias a que deben aprender, pues en el contexto de los valores donde puedan percibir la utilidad de muchos aprendizajes.

Descubrir el significado y utilidad de lo que se tiene que aprender es algo que resulta motivador, con los maestros que explicaban con casos prácticos. De hecho según Tapia (2005), el mejor pronóstico del rendimiento escolar es el grado en que los alumnos consideran útil o inútil lo que tratan de aprender. Por esta razón, el descubrir la relación entre lo que se aprende y su significado o utilidad para la vida cotidiana es tarea de los profesores, ya que son los que controlan qué es lo que se enseña y que es lo que se busca que los alumnos aprendan.

Esto hace explícito que los profesores de la licenciatura en Administración de Licenciatura en Administración de la ESTI de la UAEM, en muchos de los casos no explican la utilidad de los contenidos durante el desarrollo de sus materias impartidas, por lo que parece esencial, que los profesores deberán activar la motivación de los alumnos y mostrar la relevancia de lo que han de aprender a través de despertar la curiosidad de la utilidad que tienen los temas o contenidos.

Según Tapia (2005), se ha comprobado que el deseo de evitar el trabajo escolar se asocia de forma negativa pero acusada con la idea de que los alumnos tienen respecto a



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

su capacidad para conseguir tener éxito, capacidad que constituye una fuente de disfrute. Dicha idea se basa en la experiencia que han tenido de éxito y en el grado en que han considerado que este resultado se debía a su competencia. Si ésta fuera la única causa, podría considerarse que el deseo de evitar el trabajo escolar no es sino una manifestación del deseo de evitar la pérdida de autoestima que acompaña a los resultados negativos. Y puede que en parte sea así, pues si un alumno ve que no es capaz de aprender, llega a la conclusión de que la escuela no puede proporcionarle nada interesante.

Sin embargo, el rechazo del trabajo escolar parece surgir fundamentalmente cuando los escolares no ven la utilidad de lo que se enseña y, en consecuencia, consideran que no merece la pena esforzarse. Por ejemplo, es fácil comprobar al cuestionar a los alumnos sobre qué aspectos consideras necesarios para despertar su interés en alguna materia: “la aplicación de los conocimientos en la vida real”, y “El impacto que tendría en el desempeño de mi profesión”.

La pérdida de interés por no ver la utilidad de lo que se enseña, en los alumnos de la carrera de Ingeniería Industrial del ITSOEH, es la causa a que obedece el deseo de evitar el trabajo escolar, para prevenir y corregir los efectos negativos de este deseo, parece necesario de acuerdo con Tapia (2005), actuar en cuatro frentes. Por un lado es preciso mostrar la utilidad de lo que se ha de aprender, tarea en la que pueden trabajar los profesores. Por otro, aunque se muestre a los alumnos la utilidad de aprender, si éstos no valoran aquello para cuya consecución el aprendizaje puede ser útil, de nada servirá, pues buscarán fuera de la escuela las experiencias e incentivos que realmente valoran.

En consecuencia, será preciso enseñarles a valorar los objetivos que se persiguen con el aprendizaje escolar. En tercer lugar, parece necesario conseguir que los alumnos experimenten que pueden lograr comprender y aprender lo que se les propone, o que supone ajustarse a sus posibilidades de aprendizaje y garantizar cierta experiencia de éxito. Finalmente, en cuarto lugar, en la medida en que la evitación del trabajo escolar se halla asociada en parte al deseo de evadir la pérdida de autoestima, será preciso impedir que el contexto escolar y, en particular el sistema de calificación, sean una amenaza para la autoestima.

El tomar como referencia las preguntas permite encontrar problemas o situaciones para mostrar la utilidad de cada tema, así como lo relata el un docente, cuando le platicaban casos reales y relacionados con los temas que se estudiaban en ese momento que permitían opinar, plantear soluciones y generar un razonamiento lógico, es decir, le ayudaron a valorar la utilidad de lo que se aprende.

Además de mostrar la utilidad de lo que se aprende, los profesores de licenciatura en Administración de Licenciatura en Administración de la ESTI de la UAEM, deben de contribuir a crear entornos de aprendizaje desde que los alumnos entran a las aulas al comienzo del curso hasta que se marchan cuando éste termina, a través del modo de plantear las asignaturas, de la forma de organización específica de las clases y actividades, del modo de interactuar con los alumnos, etc. En relación con estos factores se puede concluir además de la utilidad de lo que se aprende, se tiene que tomar en cuenta el que una tarea no se realice por obligación, la buena impartición de la clase y la utilización de ejemplos y recursos para despertar el interés y el esfuerzo por aprender..

Discusión

El interés y el esfuerzo por aprender son más bien como una planta que tiene ciertamente sus raíces en tres características del alumno: las metas que persigue y que definen sus prioridades a la hora de trabajar, su modo de pensar al enfrentarse a las tareas escolares —modo del que dependen en buena medida sus expectativas de éxito—, y el esfuerzo a que debe realizar para conseguirlo, esfuerzo que contribuye a definir el costo del aprendizaje. Sin embargo, el entorno en el que trabajan los alumnos, entorno en cuya creación los profesores tienen un papel importante pero no exclusivo, constituye el clima en el que la motivación ha de desarrollarse, clima que puede ser favorable o desfavorable.

A menudo los profesores consideran que el éxito o el fracaso de los alumnos es fruto de las estrategias que utilizamos para motivarles y enseñarles, suelen responsabilizarse de los fracasos de los alumnos sin que ello suponga una percepción negativa de su propia valía: lo que no saben hoy, pueden saberlo mañana. De hecho, la capacidad de enseñar y motivar es algo que se aprende y se desarrolla con la observación y la práctica, lo que implica considerar que la competencia como profesor es algo que se aprende y puede modificarse. Lo contrario parece ocurrir se piensa que el éxito o fracaso del alumno depende de la apreciación personal y que éste es algo que se debe tener desde que entrar a clase. Adoptar estrategias rígidas y tienden a achacar la desmotivación y los fracasos de los alumnos a su falta de voluntad y esfuerzo. Esto puede que impida que la estima sufra, pero en la práctica evita que se aprenda de los errores y que seamos cada vez mejores profesionales.

El profesor es la persona capaz de conducir y guiar el proceso de aprendizaje hacia niveles superiores de



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

desarrollo en la medida que aplica la motivación académica, es decir, cuidando los comentarios que genera durante la clase, la formación de grupos, sus actitudes que los alumnos consideran injustas, la utilización y desarrollo de los valores. Además de considerar que la tarea no se realice por obligación, la buena impartición de la clase y la utilización de ejemplos y recursos para despertar el interés y el esfuerzo por aprender, con el único propósito de mejorar el desarrollo de la motivación en el aula y en consecuencia a los futuros empresarios que enfrenten los retos para el Siglo XXI.

Conclusiones y trabajos futuros

Frecuentemente los profesores se sienten preocupados porque los alumnos parecen no tener interés por aprender y, en consecuencia, no se esfuerzan. "¿Qué podemos hacer para que se interesen y se esfuercen?" era la pregunta que nos planteábamos al inicio de esta investigación.

El interés y el esfuerzo por aprender son más bien como una planta que tiene ciertamente sus raíces en tres características del alumno: las metas que persigue y que definen sus prioridades a la hora de trabajar, su modo de pensar al enfrentarse a las tareas escolares —modo del que dependen en buena medida sus expectativas de éxito—, y el esfuerzo a que debe realizar para conseguirlo, esfuerzo que contribuye a definir el costo del aprendizaje. Sin embargo, el entorno en el que trabajan los alumnos, entorno en cuya creación los profesores tienen un papel importante pero no exclusivo, constituye el clima en el que la motivación ha de desarrollarse, clima que puede ser favorable o desfavorable.

La motivación a los alumnos requiere tiempo —a veces mucho tiempo— y que a menudo no se termina de ver que los esfuerzos den fruto. Ver, más bien, que otras influencias culturales —la televisión, el cine— tienen más fuerza que los profesores, con lo que es fácil que cunda el desánimo y que se vean tentados a tirar la toalla. ¿Para qué seguir esforzándonos si no conseguimos nada? Quizá sea bueno, pero no se debe perder el ánimo hay que tener en cuenta que la motivación por educar y estimular a los alumnos funciona principalmente con el esfuerzo del docente, y eliminando estímulos que compitan y distraigan la atención hacia otra temática

La investigación mostro que los profesores de la Licenciatura en Administración en la ESTI de la UAEM, no generan el interés en sus respectivas materias, es decir, no explican en muchas de las ocasiones la utilidad de lo que se aprende y su significado en la vida cotidiana. Por lo tanto deben crear un clima que favorezca el interés y el esfuerzo por aprender, explicando a los alumnos para que

puede servir aprender a resolver un tipo de problemas o comprender un tema y evitando la pérdida de interés por no ver la utilidad de lo que se enseña,

El esfuerzo por crear un clima favorable a la motivación académica se apoya en las metas, tras las que se haya las creencias, valores y atribuciones. No es lo mismo creer que los profesores enseñan a los alumnos, que creer que tanto los maestros como los alumnos aprenden durante el proceso de enseñanza. En consecuencia, si se desea que los alumnos trabajen de buena gana y no obligados, será conveniente, por un lado, que se les haga ver la relación que las tareas a realizar tienen con sus intereses. Y, por otro lado, examinar si con el ejemplo de los profesores les ofrecen modelos en los que pueden ver que trabajar y esforzarse por aprender.

Si cree que los profesores saben todo, entonces se preocupa por "quedar bien", lo que dificulta tratar de aprender cómo motivar y cómo enseñar. Pensar que si se equivocan es que no saben y hacen el ridículo porque "tienen que saber", y este pensamiento impide afrontar la interacción con los alumnos con actitud adecuada. En realidad, los profesores son falibles, se equivocan a menudo. Por esta razón el docente como una figura del aula de clases de la Licenciatura en Administración en la ESTI de la UAEM, necesitan ser humildes y aprender de los errores.

Referencias bibliográficas

- Albert Gómez M. J. (2007). *La Investigación Educativa*. Editorial Mc Graw Hill.
- Apodaca, P.M. y Grao, J. (1997). *Herramientas De Gestión Para El Cambio Y La Mejora Institucional De La Educación Superior*. En P.M. Apodaca y C. Lobato (Eds.), *Calidad en la universidad: orientación y evaluación* (pp. 194-205), Barcelona, Laertes.
- Castillo Arredondo S., Cabrerizo Diago J. (2010). *Evaluación Educativa de Aprendizaje y competencias*. PEARSON . Madrid (España)
- Chávez Rosas E. P (2004). *Enseñanza Y Capacitación, El Camino Hacia El Liderazgo*. Editorial ALFOAMEGA.
- Chehanbar y Kuri Edith (2003). *Hacia el Futuro de la Formación Docente*. Editorial Plaza y Valdés.
- Díaz Barriga A. F., Hernández Rojas G. (2010). *Estrategias Docentes Para Un Aprendizaje Significativo*. (3a. ed.). Mc Graw Hill. México D.F.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

- Erickson F., en Martin Wittrock (1989) *La Investigación De La Enseñanza, II. Métodos cualitativos y de observación*. Barcelona, Paidós.
- Frias J. J. & Narváez C. G. (2010). *Motivación y ejercicio docente en la educación superior: una aproximación conceptual*. Recuperado el 12 febrero de 2014. En <http://fca.uaq.mx/revistaposgrado/images/0802/articulo%203.pdf>
- García Garduño J. M. (2006). *La Motivación Como Factor De Influencia En El Desempeño Laboral Del Área Docente Del Instituto Tecnológico Superior De Tantoyuca*. Recuperado el 18 noviembre de 2013. En <http://www.eumed.net/libros/2011c/992/indice.htm>
- Hernández Sampieri R., Fernández Collado C. (2003). *Metodología de la Investigación*. Editorial Mc Graw Hill.
- Morán P. (1987). *Formación de profesores y profesionalización de la docencia. Una consideración desde la perspectiva del CISE*. En ANUIES, CISE y UNAM (comps.). *Foro Nacional sobre Formación de Profesores Universitarios (Cuaderno de trabajo)*. México: Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior -Centro de Investigación y de Servicios educativos- Universidad Autónoma de México.
- Morgade G. (1992) *El determinante de género en el trabajo docente de la escuela primaria*. Cuadernos de Investigación N° 12, Miño y Dávila Editores, Buenos Aires.
- Prot Brigitte (2004). *Pedagogía De La Motivación: Como Despertar El Deseo De Aprender*. Editorial NARCEA
- Ramírez Cavassa C. (2007). *La Gestión Administrativa en las Instituciones Educativas*. Editorial LIMUSA.
- Rego A. & Pereira H. (2004). *Cómo los Comportamientos de Ciudadanía Docente Explican la Eficacia Pedagógica y la Motivación de los Estudiantes*. Recuperado el 18 noviembre de 2013 En: <http://www.psicorip.org/Resumos/PerP/RIP/RIP036a0/RIP03823.pdf>
- Rego A., Pereire H. & Fernández C. (2007). *“Comportamientos de ciudadanía docente, motivación y desempeño académico”*. Recuperado el 18 noviembre de 2013 En: <http://openjournal.konradlorenz.edu.co/index.php/rlps/article/viewFile/322/229>
- Rodríguez S., Núñez J. C., Valle A., Bals R. y Rosario P. (2009). *“Auto-eficacia Docente, Motivación del Profesor y Estrategias de Enseñanza”*. Recuperado el 29 de noviembre de 2013. En: http://www.escritosdepsicologia.es/descargas/revistas/vol3_1/escritospsicologia_v3_1_1srodriguez.pdf
- Stephen P. R. & Judge Timothy A. (2009). *Comportamiento Organizacional*. PEARSON. Decimotercera Edición. México
- Stephen P. R. (2004). *Comportamiento Organizacional*. Editorial Prentice Hall.
- Tapia A. J. (1997). *Motivar Para el Aprendizaje*. Editorial EDEBÉ. Madrid (España)
- Tapia A. J. (2005). *Motivar en la Escuela, Motivar en la Familia*. Editorial MORATA. Madrid (España)



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Impacto del establecimiento de una Maestría en la Universidad Politécnica de Francisco I. Madero.

Área temática.

7. Educación y nuevas perspectivas empresariales.

Nombre completo de autor(es).

Carlos Mejía Nájera, Eduardo Cruz Sánchez, Álvaro Carballo
Sánchez.

Cuerpo Académico al que pertenece (si fuera el caso).

Sustentabilidad Financiera Empresarial Institución
de procedencia.

Universidad Politécnica de Francisco I. Madero

Número(s) telefónico(s) y Correo(s) electrónico(s).

017387241174 Ext.182, cel. 7721254179, cmejia@upfim.edu.mx



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Impacto del establecimiento de una Maestría en la Universidad Politécnica de Francisco I. Madero

Resumen: *En este paper se presenta el estudio que se desarrolló bajo la perspectiva de los requerimientos para la apertura de un posgrado en la Universidad Politécnica de Francisco I. Madero. El trabajo tiene el objetivo de realizar un estudio previo para la apertura de un posgrado, mismo que está sustentado en un estudio de factibilidad en el cual se incluyen algunos aspectos económicos y sociales en la región del Valle del Mezquital.*

Uno de los propósitos del estudio de factibilidad es conocer la situación de la oferta educativa de la región, teniendo en cuenta que el área de influencia de la Universidad Politécnica de Francisco I. Madero comprende dieciséis municipios, pero sobre todo conocer a la región misma, desde el punto de vista demográfico, características socioeconómicas y la vocación productiva en relación al resto del Estado, para que a partir de ello se puedan determinar las necesidades de nuevos programas de estudio que coadyuven a atender las opciones de desarrollo.

Basado en la investigación de carácter transversal, incluye la elaboración y aplicación de una encuesta dirigida a los alumnos que desean continuar con sus estudios profesionales.

La encuesta fue aplicada a una muestra interna muy representativa en la Universidad, la cual arrojó resultados que permitieron conocer el impacto de la posible apertura del mismo, y de ello se obtuvo como opción el posgrado en Finanzas.

Este impacto fue del 95% de aceptabilidad de los alumnos de Ingeniería en Finanzas del poder estar en la posibilidad de establecer este posgrado.

Abstract: *In this paper the study that developed from the perspective of the requirements for opening a postgraduate degree at the Polytechnic University of Francisco I. Madero is presented. The work aims to conduct a preliminary study for the opening of a graduate, the same that is supported by a feasibility study which includes some economic and social aspects in the region of Valle del Mezquital.*

One purpose of the feasibility study is to know the situation of educational opportunities in the region, given that the area of influence of the Polytechnic University of Francisco I. Madero includes sixteen municipalities, but especially meet the region itself, from the point of view demographic, socioeconomic characteristics and productive vocation in relation to the rest of the state, so that from it they can determine the needs of new curricula that help to address the development options.

Based on cross-cutting research it includes the development and implementation of a survey aimed at students who want to continue their professional studies.

The survey was administered to a representative sample at the University internal, which yielded results that allowed knowing the impact of the possible opening of it, and it was obtained as an option in Finance graduate.

This impact was 95% acceptability of students Engineering Finance to be in the possibility of this postgraduate course.

Palabras Clave: Encuesta, Factibilidad, Impacto, Posgrado, Transversal.

Introducción

Hoy en día los estudiantes universitarios requieren de más preparación para enfrentar a las necesidades de un mundo globalizado y competitivo, por lo que una maestría te proporciona una formación académica, teórica y práctica superior que requiere de habilidades analíticas e interpretativas para elaborar conceptos y desarrollar argumentos. Para obtener un título como maestro es necesario realizar un trabajo o proyecto de tesis que

demuestre el dominio del tema seleccionado desde distintas perspectivas, así como capacidad de investigación (POSGRADO UNIVERSIA).

Por otra parte, las finanzas son muy importantes en la vida cotidiana ya que, derivan de la economía que trata del tema relacionado con la obtención y gestión del dinero, recursos o capital por parte de una persona o empresa. Las finanzas se refieren a la forma como se obtienen los recursos, a la forma como se gastan o consumen, a la forma como se invierten, pierden o rentabilizan. Las finanzas estudian la obtención y uso eficaz del dinero a través del tiempo por



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

parte de un individuo, empresa, organización o del estado. (FINANZAS: Gestionando para el emprendimiento).

Debido a la preparación académica de los universitarios es conveniente realizar un posgrado en algún área el cual los haga crecer más en la vida laboral y personal por lo cual se ha considerado la implantación de una maestría en finanzas en la Universidad Politécnica de Francisco I. Madero (UPFIM), por lo que en este proyecto se contemplará el impacto que este podría tener al ser instituido en base al estudio de factibilidad.

Uno de los propósitos del presente estudio de factibilidad es conocer la situación de la oferta educativa de la región, teniendo en cuenta que el área de influencia de la Universidad Politécnica de Francisco I. Madero comprende dieciséis municipios, pero sobre todo conocer a la región misma, desde el punto de vista demográfico, características socioeconómicas y la vocación productiva en relación al resto del Estado, para que a partir de ello se puedan determinar las necesidades de nuevos programas de estudio que coadyuven a atender las opciones de desarrollo.

El resto de éste *paper* está organizado de la siguiente manera. En la Sección 2 se muestra como realizar la sección de Trabajos Previos. La Sección 3 describe la manera de redactar otras secciones de un *paper*. La forma de colocar los Experimentos y Resultados se encuentra en la Sección 4, y finalmente, la manera de redactar las conclusiones está en la Sección 5.

Teoría del dominio y trabajos previos

Es importante considerar algunos conceptos como impacto, estudio de factibilidad y algunos datos significativos del estado de Hidalgo que permitirán comprender y analizar el entorno político, social, económico y cultural en el que se encuentra la Universidad Politécnica de Francisco I. Madero y de esta forma se obtenga una clara visión del grado de aceptación de la apertura del posgrado.

Impacto

Hace referencia a todos los efectos que los diferentes proyectos al ser ejecutados, logran sobre la comunidad, aquí también son involucrados los resultados obtenidos o finales ya que a partir de esos “deseos”, fue que se dio origen al programa que busca siempre como meta un mejoramiento de la comunidad a mediano o largo plazo en el tiempo. También involucra criterios de efecto, resultado e impacto del proyecto. Los efectos son relacionados al

propósito del proyecto, mientras que los impactos hacen referencia al fin del mismo. (NESSABAY, 2013).

Pertinencia

La pertinencia es la oportunidad, adecuación y conveniencia de una cosa. Es algo que viene a propósito, que es relevante, apropiado o congruente con aquello que se espera. (SIGNIFICADOS).

La pertinencia es la cualidad de algo (un hecho o unas palabras) cuando conecta con una situación general. Hay pertinencia si una propuesta concreta está relacionada con el tema que se está tratando. (DICCIONARIO ABC).

Estudio de factibilidad

Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación. (ANGELFIRE, 2015).

Finanzas

Finanzas es la parte de la economía que se centra en las decisiones de inversión y obtención de recursos financieros, es decir, de financiación, por parte tanto de las empresas, como de las personas a título individual y del Estado. Por tanto, se refiere a la administración de los recursos financieros, incluyendo su obtención y gestión. (MARTÍN LOPÉZ).

Recolección de datos

Se refiere al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información, los cuales pueden ser la entrevistas, la encuesta, el cuestionario, la observación, el diagrama de flujo y el diccionario de datos.

Encuesta

Es un procedimiento para la recogida de información en una población concreta y a su vez la técnica que se utiliza para guiar la recogida de la misma. Es una estrategia de investigación basada en las declaraciones verbales de una población concreta, a la que se realiza una consulta para conocer determinadas circunstancias políticas, sociales o económicas, o el estado de opinión sobre un tema en particular. (TOLEDO).



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

A continuación se presentan algunos datos relevantes del Estado de Hidalgo.

Estudio de factibilidad

Un aspecto fundamental para determinar la factibilidad de abrir UN PROGRAMA DE POSGRADO, es identificar las perspectivas de planear y dirigir los procesos financieros y, en específico, las características de la estructura productiva y la problemática socioeconómica que afecta el área de influencia, en virtud de que, bajo un enfoque integral, la carrera debe contribuir no solamente a la formación de recursos humanos altamente calificados en el área propuesta de estudio, sino que además deberán responder a las necesidades de generación e integración de diversos elementos del desarrollo económico, social, cultural y político de la comunidad en donde se ubican.

Uno de los propósitos del presente estudio de factibilidad es conocer la situación de la oferta educativa de la región, pero sobre todo conocer a la región misma, desde el punto de vista demográfico, características socioeconómicas y la vocación productiva en relación al resto del Estado, para que a partir de ello se puedan determinar las necesidades de nuevos programas de estudio que coadyuven a atender las opciones de desarrollo.

El desarrollo económico del estado de Hidalgo necesariamente se tendrá que dar a partir del desarrollo de sus regiones. La diversidad de recursos naturales del estado y su ubicación geográfica le confieren ventajas competitivas importantes, pero también su agreste geografía serrana limita su integración, lo que contribuye a acentuar profundas desigualdades.

En las variadas actividades económicas que se llevan a cabo en la entidad, se aprecia una gran heterogeneidad en cuanto a la tecnología utilizada, tamaño de las empresas, formas de organización y mercados de acceso. El sur, inmerso en la influencia del proceso de integración y por su cercanía con el Área Metropolitana de la Ciudad de México, ha logrado un dinámico crecimiento de su agricultura, industria, comercio y servicios; lo que se refleja en la expansión de núcleos urbanos como Pachuca, Tula, Tepeji, Actopan, Ixmiquilpan, Tulancingo, Ciudad Sahagún, Apan y Tizayuca.

A este crecimiento contribuye la modernización y ampliación de la infraestructura carretera existente, donde

habrá que destacar la construcción, ya en proceso, de un eje transversal que comunicará a las zonas del Golfo de México y del Pacífico, funcionando como un libramiento externo para la Ciudad de México, que abrirá en el futuro oportunidades estratégicas para las actividades económicas de la parte sur del estado.

Para toda esta amplia región, la cercanía a la capital del país y el avance en la construcción de vías de comunicación que enlazan el oriente y occidente, están permitiendo atraer inversiones y abrir nuevas posibilidades de negocios, lo cual se refleja en la generación de empleos, en la inmigración y en el mejoramiento del nivel de vida de sus habitantes.

Por el contrario, en zonas como la Huasteca, la región Otomí-Tepehua, Sierra Gorda, la parte desértica del Valle del Mezquital y la Sierra Alta, prevalecen condiciones de marginalidad social y atraso económico. La instrumentación de acciones para el mejoramiento productivo de esas comunidades, se ve limitada por la subutilización de los recursos naturales y humanos, la insuficiencia de vías de comunicación con el centro y sur del estado, los bajos niveles educativos y de formación para el trabajo, así como la gran dispersión geográfica de la población.

En estas regiones predominan formas de producción de subsistencia o autoconsumo, dada su baja productividad. En ellas sólo de manera marginal se produce para el mercado. Estas economías locales se encuentran desintegradas, lo cual dificulta la articulación de procesos estables de desarrollo económico, que sirvan como sustento para elevar los niveles de bienestar de la población.

Cabe señalar que; no obstante lo anterior, en los 16 municipios de la región que constituye la zona de influencia de la Universidad Politécnica de Francisco I. Madero (UPFIM) se caracterizan por una presencia importante de actividades agropecuarias. De acuerdo a cifras del Censo de Población del año 2010, la proporción de población ocupada en el sector, es menor al promedio estatal, 22 y 19.09 por ciento, respectivamente. Sin embargo, esta presencia es superior a la observada a nivel nacional que es de 13.36 por ciento. Las actividades agropecuarias son especialmente relevantes en algunos de sus municipios, en los cuales se aprovechan las aguas



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

residuales de la Ciudad de México para regar los plantíos, de ahí la importancia en hablar de una licenciatura que promueva la integración de las sociedades a partir de un enfoque intercultural.

Comunicaciones.

La red ferroviaria tiene 647 km de longitud, de los cuales 514 corresponden a troncales y ramales, 108 a líneas secundarias y 25 a particulares. Las carreteras federales que comunican a la entidad tienen una longitud de 763 km - 643.7 pavimentados y 128.5 revestidos-, y las estatales suman 1,731.5 km, 589.6 pavimentados, 977.7 revestidos, 75.8 de terracería y 88.4 de brecha. Destaca el hecho de sus modernas autopistas de cuatro carriles que comunican a gran parte del estado, lo que ha desarrollado una gran afluencia vehicular originada por la ausencia del pago de cuotas, ya que estas vías son gratuitas (Hidalgo, 20132014).

Región del Valle del Mezquital

Este apartado presenta un análisis de la situación educativa del área de influencia de la Universidad Politécnica de Francisco I. Madero, para la apertura de un posgrado en Ingeniería Financiera.

Localización

El Valle del Mezquital abarca 28 municipios. Sin embargo, el área de influencia de la UPFIM únicamente abarca 16 municipios.

| MUNICIPIOS | | | |
|----------------------|---------------------|-------------|--------------------|
| Actopan | Ajacuba | Atitalaquia | Atotonilco de Tula |
| Chilcuautla | Francisco I. Madero | Ixmiquilpan | Mixquiahuala |
| Progreso de obregón | San salvador | Tepetitlán | Tetepango |
| Tezontepec de Aldama | Tlahuelilpan | Tlaxcoapan | Tula de Allende |

Tabla 1. Municipios de área de influencia.

Educación Superior

En el área de influencia de la UPFIM existen 11 instituciones que imparten educación de tipo superior, con un total de 49 programas académicos.

De manera gráfica se muestra las instituciones de nivel superior de la zona de influencia en la que se encuentra la Universidad Politécnica de Francisco I. Madero.

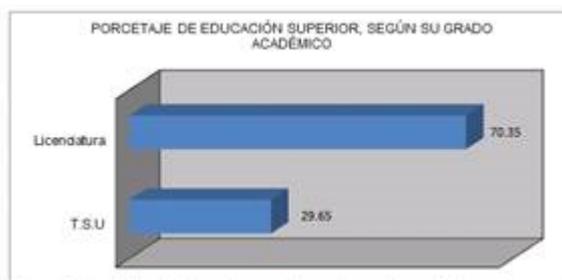


Figura 1. Porcentaje de educación superior según grado académico. Fuente: Documento elaborado por la UPFIM, julio de 2015.

Infraestructura

Las comunidades del Valle del Mezquital tienen acceso a las carreteras federales libres, a la estatal de cuota y a las de terracería, aunque los poblados más lejanos utilizan veredas. En la comunidad de Panales hay una pista de aterrizaje para avionetas.

Hidrografía.

Tres son los sistemas hidrográficos que existen en Hidalgo, todos tributarios del Golfo de México. El primero es el Amajac, que nace en la Sierra Baja y se precipita sobre Omitlán, bordea los municipios de Actopan y Atotonilco el Grande, donde se incorpora al río Tizahuapan y más adelante sirve de límite a los municipios de Metztlán e Ixmiquilpan. Continúa por el rumbo de Chapulhuacán y Tepehuacán de Guerrero, para salir finalmente por el estado de Veracruz. El segundo es el del río Metztlán, que nace con el nombre de Tulancingo, cruza por Acatlán, Huasca y Atotonilco el Grande hasta llegar a la imponente barranca de Metztlán, vertiéndose sobre las tierras de la fértil vega de ese nombre. Aquí da origen a la laguna Metzca, de donde sale para unirse con el Amajac, cerca de Tlahuiltepa. El tercero está constituido por el río Moctezuma, originado al noreste de la ciudad de México; penetra al estado por el municipio de Tepeji del Río, donde recibe el nombre de río Tula. A lo largo de este recorrido recoge las aguas de varios afluentes, hasta llegar a los límites con el estado de Querétaro. Aquí se le unen los



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

caudales de los ríos San Juan y Tecozautla, sitio en el que cambia su nombre por el de río Moctezuma.

Adicionalmente a estos sistemas existen otras corrientes de aguas autónomas, como las de los ríos Candelaria, Atlapexco, Hule, Tlacolula y Yahualica, que nacen en la Sierra Alta y riegan los terrenos de la Huasteca. Dos más, el Chiflón y el Huehuetla, serpentean por la Sierra Tepehua.

Clima

Los climas de Hidalgo ofrecen marcados contrastes, desde la calurosa y húmeda Huasteca, o el clima semifrío, sub húmedo, en las inmediaciones de Pachuca, hasta el clima seco templado que podemos hallar en el Valle del Mezquital, o las bondades climáticas de Tecozautla. El turista debe prepararse, ya sea con ropas ligeras y ventiladas, o bien muy abrigadoras, dependiendo de la estación y de cada escenario climático.

Actividades Económicas

La ocupación en Hidalgo es preferentemente hacia el sector servicios; 57.4% de la población económicamente activa total labora en estas actividades. La industria absorbe al 25.7% del total de los trabajadores; de esta cifra, poco más de la mitad se concentra en actividades mineras y en la construcción de equipo y material de transporte, 16.7% se dedica a las actividades agropecuarias y 0.2% de actividades no específicas.

El 12.37% de la superficie de la entidad está cubierta por pastizales donde se desarrolla una ganadería extensiva de bovinos, caprinos y ovinos. Aunque dispersas por todo su territorio, se distinguen cuatro regiones ganaderas: la Huasteca, el centro del Estado, el Valle del Mezquital y la región de Tulancingo. Rama importante de la ganadería hidalguense es la cría de reses bravas. Hidalgo es asiento de diez ganaderías de este tipo: Las Huertas, Mala Yerba, Ajuluapan, Caltengo, Ernesto Cuevas, Heriberto Rodríguez, San Martín, Santa Elena, Xajay y Huichapan. El Estado tiene cuatro distritos de riego que cubren 61,987 Ha, en las que se cultiva alfalfa con rendimientos superiores al promedio nacional. Productos importantes son también maíz, trigo, jitomate, frijol, avena forrajera, cebada, calabaza y chile.

En las zonas de temporal, que abarcan una superficie de 328,548 ha, el maíz es el principal cultivo. El 76% del valor de la producción agrícola de Hidalgo proviene de siete cultivos: maíz, alfalfa, frutas, agaves, café, jitomate y trigo, que ocupan el 72% de la superficie cultivada.

Recursos minerales

En tiempos precortesianos se registraba ya la explotación de plata. Actualmente, es de gran importancia la explotación minera realizada en el distrito de Molango, que tiene los depósitos más grandes de manganeso de América. En territorio hidalguense existen también abundantes minerales no metálicos, como calizas, caolín, arcillas refractarias, calcita y diatomita. Hidalgo es rico en yacimientos de minerales metálicos, entre ellos oro, plata, plomo y mercurio.

Los minerales que se extraen en el Estado se destinan en su mayor parte a otras entidades de la federación, e incluso al extranjero, para su posterior industrialización. El manganeso se beneficia hasta su concentración en módulos, que después se exportan a Estados Unidos. Los concentrados de plomo se dirigen a Torreón; los de zinc a Saltillo, y los de cobre a San Luis Potosí. La fluorita se destina a la exportación y la caliza y el caolín a las empresas cementeras de la entidad.

En el estado hay cinco plantas beneficiadoras de minerales metálicos: una en Pachuca, tres en Zimapán y otra en el municipio de Lolotla. Las más importantes son la compañía del Real del Monte y Pachuca, S.A., y la Compañía Minera Autlán.

Industria

La industria pesada y de transformación se concentra en tres sitios: Ciudad Sahagún, con fundición y fabricación de partes, carros de ferrocarril y vehículos automotores; Tula y Huichapan, principales núcleos de producción cementera, y Tulancingo y Tepeji del Rfo, con sus fábricas de textiles y de confección.

La situación geográfica de Hidalgo y su cercanía a la capital de la república le ha beneficiado grandemente en el aspecto comunicaciones, lo que se traduce en avance industrial, actualmente sus polos de desarrollo en este aspecto, se ubican principalmente en Tulancingo, Ciudad Sahagún, Tula de Allende, Pachuca, Tizayuca y Tepeji de Ocampo. En el pasado Hidalgo alcanzó fama por su producción de metales preciosos; Pachuca, Real del Monte, y el Conde de Regla, fueron nombres comunes a finales de la época colonial en el aspecto económico; al presente, Hidalgo produce: textiles, materias primas, productos industriales diversos, comunicación espacial, cuenta con importantes cuencas lecheras y criaderos de peces, además de productos agrícolas, frutícolas y de hortaliza.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Metodología

Metodología (cuantitativa).

Para esta investigación se utilizara el enfoque cuantitativo ya que este permitirá recabar información para medir el impacto del posgrado en finanzas, se llevará a cabo en la Universidad Politécnica de Francisco I Madero la cual cuenta con un total de 2415 alumnos de diferentes carreras como Ing. Industrial, Ing. Agrotecnología, Ing. Sistemas Computacionales. Ing. Financiera, Ing. Civil, Ing. Energías, Ing. Diseño Industrial Ing. Producción Animal (zootecnia) y una Maestría en Ciencias en Desarrollo Agrotecnológico Sustentable, por lo que la muestra representativa es un subgrupo de la ingeniería en finanzas, el cual no será probabilístico.

Muestra no probabilística

El objetivo de la investigación es determinar el impacto que tendrá la maestría en finanzas de la UPFIM, para determinar dicho propósito se seleccionara una muestra no probabilística de las personas inscritas en la carrera de finanzas.

La Universidad Politécnica de Francisco I. Madero cuenta con un total de 323 alumnos inscritos en la carrera de ingeniería en finanzas, de los cuales solo se aplicará la encuesta a 162 alumnos de primer, cuarto, séptimo y noveno cuatrimestre.

Resultados

Después de haber aplicado la encuesta a los 162 alumnos de universidades pertenecientes al área de influencia de la Universidad Politécnica de Francisco I Madero y que tienen relación directa con el ámbito AdministrativoFinanciero se obtuvieron ciertos resultados que se pueden apreciar las siguientes gráficas. Mediante estos resultados se puede determinar cuál es el posgrado que tendría mayor grado de aceptación por parte de los alumnos interesados.

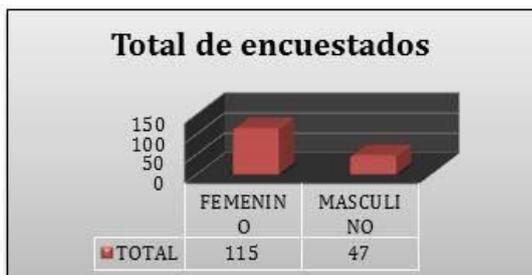


Figura 2. Encuestados. Elaboración propia octubre – noviembre 2015.

Del total de los encuestados arrojan que el 71% son mujeres mientras que el 29% son hombres.

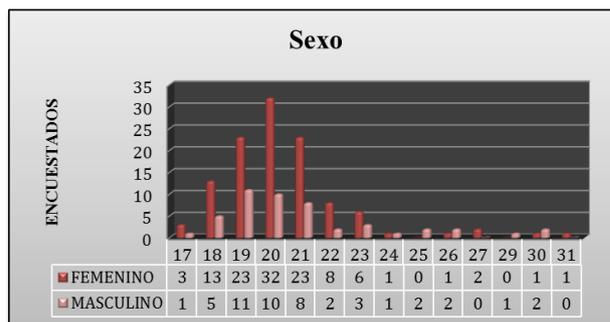


Figura 3. Género. Elaboración propia octubre – noviembre 2015.

De los encuestados una mínima cantidad con el 1.5% no tienen aún la mayoría de edad, mientras que, la mayoría de los encuestados tienen la edad de 20 años con un porcentaje del 24.5% y con la edad de 31 se tiene el .5% de los encuestados.



Figura 4. Lugar de origen. Elaboración propia octubre – noviembre 2015.

El 35% de los encuestados en Ing. En Finanzas provienen del Municipio de Francisco I. Madero, en segundo lugar Actopan con el 17% y en tercer lugar el Municipio de San Salvador con el 13%.



Figura 5. Personas que laboran y personas que no. Elaboración propia octubre–noviembre 2015.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

El 56% de los encuestados tienen alguna ocupación laboral, mientras que el 44% no.



Figura 6. Aspiración de los encuestados. Elaboración propia octubre – noviembre 2015.

El 98% de los encuestados están dispuestos a realizar un nivel de preparación profesional para obtener mejores oportunidades laborales y el 2% de los encuestados no desean realizar un posgrado.



Figura 7. Posgrado en Finanzas. Elaboración propia octubre – noviembre 2015.

El 89% de los encuestados están dispuestos a cursar una maestría en Finanzas ya que consideran que reforzarían sus conocimientos en el área y el 11% de los encuestados no.



Figura 8. Posgrado de Finanzas en la UPFIM. Elaboración propia octubre – noviembre 2015.

El 95% de los encuestados consideran que es buena opción implantar una maestría en Finanzas ya que la Institución se encuentra ubicada en un área estratégica, y el 5% considera que no es buena opción.



Figura 9. Precios establecidos. Elaboración propia octubre – noviembre 2015.

El 66% de los encuestados está dispuesto a pagar la cantidad de \$1,700, mientras que el 31% \$2,400 y sólo una mínima cantidad con el 3% \$2,800. (Por cuatrimestre).

En comparación con otras Politécnicas, los precios de los posgrados que estos ofrecen oscilan entre 2800 y 2900 por cuatrimestre.



Figura 10. Días establecidos. Elaboración propia octubre – noviembre 2015.

El 67% de los encuestados optaron por los días viernes y sábado, el 32% optó por los días jueves, viernes y sábado y el 1% sugirió otros días.

Haciendo comparación con otras Politécnicas los días que se imparte la maestría se asimila con las dos opciones que se contemplaron, mientras tanto en otras es de tiempo completo.





5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Figura 11. Horarios establecidos. Elaboración propia octubre – noviembre 2015.

De las opciones que se contemplaron, el horario que la mayoría de los encuestados optó es por el de 9:00 am a 3:00 pm con un 79%.

En base a los horarios establecidos en otras Politécnicas son de 5:00 pm. a 9:00 pm. el cual coincide con la opción C, otros horarios son de 8:00 am. a 4:00 pm.

Discusión

El entorno que rodea a las empresas cada día es más complicado porque estamos expuestos a constantes cambios por la globalización, la cual demanda profesionales para ocupar direcciones de alto mando.

Ocasionando que los profesionistas busquen instituciones de nivel superior que les ofrezcan programas educativos de calidad.

En base a las encuestas realizadas de la población muestra en la carrera de Ingeniería en Finanzas, los resultados que arrojaron, es que a la mayoría de los alumnos les interesa realizar un nivel más de preparación profesional con un 95%, los cuales concuerdan que es preferible cursar el posgrado en Finanzas y consideran que es buena opción que este mismo se implante en la Universidad Politécnica de Francisco I. Madero; puesto que muchos de ellos viven en municipios o localidades cercanas a la institución y de esta manera minimizarían gastos, además opinan que al tener un nivel más alto mejora las oportunidades y posibilidades en el campo laboral, así mismo su conocimiento en el área de Finanzas.

Por otra parte la mayoría de los encuestados no trabaja por lo que prefieren que el costo de la maestría sea accesible, así como también escogieron que los días que se impartieran fueran los días viernes y sábado con un horario de nueve de la mañana a tres de la tarde.

Conclusiones y trabajos futuros

La implantación de una maestría más en la UPFIM, en este caso la de Finanzas, generaría un interés en los alumnos a seguir preparándose y alcanzar un nivel más alto en cuanto a sus conocimientos y que mejor que darle seguimiento a

lo relacionado con su carrera, esto en consecuencia, para ellos, sería una puerta a grandes oportunidades laborales, además esta generaría no solo interés en los alumnos inscritos sino también a personas externas de la institución, que ya hayan concluido una licenciatura o ingeniería.

Por otra parte, en comparación con otras Instituciones del mismo Estado de Hidalgo, los posgrados que estas ofrecen son distintos a las de la UPFIM, los precios de los posgrados por cuatrimestre son más elevados que de la UPFIM, mientras tanto en días y horarios de impartición de clases son similares a la de la UPFIM.

Para determinar el impacto del establecimiento de un Posgrado en Finanzas en la UPFIM, se tomaron en consideración algunos factores para su complemento, tales como el estudio de factibilidad, en el cual se incluyen los aspectos económicos y sociales en relación al entorno de la UPFIM, así como también algunas preguntas de investigación, la cual mediante estas se pudo analizar el porcentaje de los alumnos que estarían dispuestos a cursar un posgrado en Finanzas, por lo que se tuvo un resultado favorable del 95% el cual consideran una buena oportunidad de cursar una Maestría en Finanzas en la UPFIM.

De acuerdo a lo observado y mencionado anteriormente se puede establecer que la implantación del Posgrado en Finanzas en la UPFIM tendría un impacto considerable.

Por otra parte, en comparación con otras Instituciones del mismo Estado de Hidalgo, los posgrados que estas ofrecen son distintos a las de la UPFIM, los precios de los posgrados por cuatrimestre son más elevados que de la UPFIM, mientras tanto en días y horarios de impartición de clases son similares a la de la UPFIM.

Referencias bibliográficas

ANGELFIRE:
http://www.angelfire.com/dragon2/informatica/estudio_de_factibilidad.htm

CALIDAD, S. D. (s.f.). Recuperado el 20 de 10 de 2015, de
<http://www.cca.org.mx/funcionarios/cursos/ap089/apoyos/m3/analisis.pdf>



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

- DANIELSEN, B. H. (s.f.). *FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA*. México: Mc Graw Hill .
- DICCIONARIO ABC. (s.f.). Recuperado el 08 de 12 de 2015, de <http://www.definicionabc.com/general/pertinencia.php>
- DRA. JESSIE M. ORLICH, M. (s.f.). Recuperado el 20 de 10 de 2015, de [http://www.uci.ac.cr/descargas/AE/FODA\(SWOT\).pdf](http://www.uci.ac.cr/descargas/AE/FODA(SWOT).pdf)
- ECONLINK. (s.f.). Recuperado el 12 de 11 de 2015, de <http://www.econlink.com.ar/analisis-inversiones>
- FINANZAS: *Gestionando para el emprendimiento*. (s.f.). Recuperado el 20 de 10 de 2015, de <http://www.cpcaxamarca.org/documentos/Archivos/finanzas.pdf>
- FLORES, L. J. (2005). *FINANZAS I. DISTRITO FEDERAL: FCA*.
- MARTÍN LOPÉZ, S. (s.f.). Recuperado el 22 de 10 de 2015, de <http://www.expansion.com/diccionarioeconomico/finanzas.html>
- NESSABAY, D. S. (17 de 01 de 2013). Recuperado el 23 de 10 de 2015, de <http://www.acciona.com/es/sostenibilidad/sociedad/impacto-social/>
- PLANTA, U. N. (16 de 05 de 2011). Recuperado el 20 de 10 de 2015, de http://www.unlp.edu.ar/articulo/2011/5/16/_que_diferencia_hay_entre_especializacion__maestria_y_doctorado_
- POSGRADO UNIVERSIA. (s.f.). Recuperado el 28 de 09 de 2015, de <http://docentes.universia.net.mx/formacion/postgrados/>
- RUSKIN, J. (13 de 12 de 2015). Obtenido de <http://www.pensamientos.org/pensamientoseducacion.htm>
- SAMPIERI, R. H. (2008). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. MÉXICO : ULTRA*.
- SIGNIFICADOS. (s.f.). Recuperado el 08 de 12 de 2015, de <http://www.significados.com/pertinencia/>
- TALANCÓN, H. P. (s.f.). Recuperado el 12 de 11 de 2015, de http://cneip.org/documentos/revista/CNEIP_12-1/Ponce_Talancon.pdf
- TOLEDO, D. S. (s.f.). Recuperado el 20 de 10 de 2015, de <http://www.gestiopolis.com/encuesta-cuestionario-ytipos-de-preguntas/>
- UTRILLA, F. J. (04 de 11 de 2014). Recuperado el 23 de 10 de 2015, de <http://www.gestiopolis.com/importancia-de-las-finanzas-y-el-analisis-financiero/>



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

“Estudio en la aplicación práctica de los dispositivos móviles en estudiantes de nivel superior”.

La innovación y la tecnología del siglo XXI

Mtra. Patricia Delgadillo Gómez
Mtra. Adriana Mercedes Ruiz Reynoso
Mtra. Esperanza Cotera Regalado

Informática y tecnología en las organizaciones UAEM-CA-216

Centro Universitario UAEM Ecatepec, Centro Universitario UAEM Valle de México,
Centro Universitario UAEM Valle de Chalco.

pdelgadillo@yuaemex.mx cel: 5538910610
amruizr@uaemex.mx cel: 5554310257
ecoterar@uaemex.mx cel: 5585640523.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Estudio en la aplicación práctica de los dispositivos móviles en estudiantes de nivel superior

Resumen: Esta investigación tiene un corte cuantitativo porque está caracterizado por recopilar, procesar y examinar información ya que se obtendrán datos por medio de un instrumento contextualizado en las universidades en las cuales se aplicó el mismo, para que posteriormente los resultados sean organizados. Para este estudio se elaborará una prueba piloto, aplicada en las Licenciatura de Informática Administrativa del Centro Universitario UAEM Ecatepec, Valle de México Y Valle de Chalco, asimismo se someterá a la opinión de dos expertas en la materia, para que sea modificado considerando las sugerencias de las expertas; se aplicará la prueba piloto, lo cual refleja un margen de error mínimo.

Abstract: This investigation has a quantitative cut because it is characterized for compiling, processing and to examine information since information will be obtained by means of an instrument including to the universities in which the same one was applied, in order that later the results are organized. For this study there will be elaborated a pilot test applied in the Licenciatura en Informática Administrativa of the Centro Universitario UAEM Ecatepec, Valle de Mexico and Valle de Chalco, likewise it will surrender to the opinion of two experts in the matter, in order that it is modified considering the suggestions of the experts; there was applying the pilot test to itself, which reflects a margin of minimal mistake.

Palabras claves: dispositivos móviles, práctica, educativa.

Introducción

El siguiente proyecto de investigación es conocer el uso de dispositivos móviles (DM), que le dan los estudiantes de nivel licenciatura, para el desarrollo profesional en la educación superior los Centros Universitarios UAEM Ecatepec, Valle de México y Valle de Chalco, en la licenciatura de Informática Administrativa y Contaduría

El uso de los DM en la educación es un elemento fundamental en la construcción de conocimiento, porque con la utilización de estas tecnologías se incrementan las posibilidades de interactuar con los miembros del grupo, se mejora la comunicación; por lo tanto, se difumina la barrera que separa a docentes y discentes.

El incremento de las tecnologías de la información y la comunicación sobre todo el uso de tecnologías portátiles como es el dispositivo móvil, han creado nuevas estrategias en la educación, En los primeros capítulos se abordarán las bases teóricas por las que se sustenta este trabajo, así como el uso en los dispositivos móviles que le dan los estudiantes de las licenciaturas en informática y contaduría de los Centros Universitarios Ecatepec, Valle de México y valle de Chalco. Con la finalidad de evitar el ocio en el salón de clases, es necesario validar ¿Qué tipo de móvil es más adecuado para desarrollar actividades que deban cumplir los estudiantes, para dar cumplimiento al objetivo principal de este trabajo?

La sociedad del conocimiento

La sociedad del conocimiento se compone de un nuevo modelo por el conocimiento apoyado de las tecnologías de información y comunicación, con la finalidad de reinventar para lograr más y mejores habilidades para el manejo de las TIC's, la comunicación y el manejo de conocimiento. Como lo menciona David y Foray (2002), es importante destacar que la información tiene un costo muy bajo por el uso de las tecnologías comparado con el conocimiento que cuesta más el transmitir una idea a otro individuo. Utilizando los datos codificados y transferidos de una manera muy rápida, mientras que el conocimiento cognoscitivo es algo más abstracto que tiene que ser transmitido cara a cara. Ellos mencionan que la “economía del saber” es desarrollada cuando se produce, se crea, se transforma o intercambian conocimientos con la ayuda de las tecnologías y la comunicación. Afirma que el conocimiento y la información en diferentes aspectos pueden ser sinónimos, pero se tiene que distinguir el impacto que juega cada uno de ellos en la actualidad.

Teorías Educativas sobre la Educación móvil.

Los investigadores pedagógicos han seguido las influencias de la educación y las posibles implicaciones de teorías como la CDT y se han encontrado con nuevas aplicaciones de aprendizaje sobre la educación tecnológica. Las influencias educativas con el apoyo de los pedagógicos y las implicaciones de teorías como la CDT se han enfrentado con nuevos retos en la educación tecnológica.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La tecnología educativa

La tecnología en la educación se ha transformado sistemáticamente en la actualidad, ya que se han tenido que implementar estrategias y teorías de aprendizaje, según Cabero (1991), además que se tiene que tener los elementos precisos para lograr los objetivos y alcanzar los productos establecidos, dentro de la Tecnología educativa existe conjunto de técnicas, métodos, que se puede considerar como una disciplina integradora, existente, opuesta y demostrativa de la Educación.

Los estudios presentados de la Tecnología Educativa dentro de la plataforma Blackboard de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, se examina su avance en cinco momentos: el progreso de la Tecnología Educativa; la integración de audiovisuales; los medios de comunicación en el contexto académico; con la agregación de la Teoría Conductista en el proceso de enseñanzaaprendizaje; con el preámbulo de la perspectiva general aplicada en la educación; con la incorporación de los avances de la Teoría Cognoscitiva y los replanteamientos cognoscitivos en el campo educativo.

Las modas de las TIC en la enseñanza enfatizan no sólo las herramientas que pueden manipular, pues también intervienen los tres saberes que manipula el nuevo estándar constructivista de la formación: saber ser, saber saber y saber hacer; por que benefician.

La autonomía en la disposición de la idea alcanzado por los alumnos a través del desarrollo de labores colaborativos que con la ayuda y mediación del asesor con la finalidad de perfeccionar la capacidad de ideología de los alumnos permitiéndoles realizar investigación y abstracciones críticas.

Modelo de aprendizaje móvil

El modelo de aprendizaje móvil implantado por el Proyecto Colegiado de Aprendizaje Móvil del campus conjuga varias corrientes interpretativas (Attewell, 2005; Laurillard, 2007; Traxler y Kukulka-Hulme, 2005; (UNESCO, 2011) que se integran bajo una visión constructivista que busca promover la adquisición de conocimiento del estudiante mediante el uso de tecnologías móviles.

El grupo de profesores que crea las plataformas y recursos es, en la práctica, una red de aprendizaje de colaboración (Burgos y Lozano, 2010) que, en lo particular, posee una variedad amplia de interpretaciones del aprendizaje móvil, cosa que se refleja en el diseño de los cursos creados por cada uno, pero cuya visión de conjunto se sincroniza para poner los procesos de enseñanza aprendizaje del campus a la vanguardia en la innovación educativa, que tiene por

objeto mejorar la calidad de la misma mediante el reforzamiento de habilidades cognitivas y digitales que corresponden al mundo de hoy, y que pretende sentar las bases institucionales para la implantación permanente de esta modalidad y convertirla en un elemento diferenciador de alto valor agregado de la educación en el Tecnológico de Monterrey.

Nielsen y Budiu (2013) se refieren a la usabilidad móvil como la facilidad con que las personas pueden comprender y utilizar una interfaz web o un recurso desde un dispositivo móvil. La usabilidad depende en buena medida de la capacidad de navegación, de despliegue y procesamiento del dispositivo que se use, por ello el empleo de teléfonos inteligentes o tabletas PC con conexión a banda ancha brindan a los usuarios mejores posibilidades de manejo de las plataformas y recursos.

De las plataformas usadas, Winksite es la que ofrece las mejores condiciones de usabilidad por diseño de origen centrado en el concepto “móvil”. En cuanto a los recursos y aplicaciones, algunos funcionan de manera más fluida que otros, pero en todos se identificó un buen cumplimiento de los factores de buena usabilidad (Nielsen, 2012) tales como: facilidad de conexión, velocidad de transmisión, calidad de audio y video, tamaño de las descargas, compatibilidad con los navegadores de los dispositivos, facilidad para comprender el uso de las aplicaciones, robustez, entre otros.

Según Paredes, Domínguez, Santa Cruz, (2012), en programación multimedia y dispositivos móviles. (EBOOK) mencionan La evolución de los dispositivos móviles se ha convertido en algo usual para comunicarnos desde cualquier lugar y momento, este gran desarrollo fue implementado por el matemático James Clerk Maxwell en 1860, que inicio con la propagación de las ondas electromagnéticas a la velocidad de la luz

Aprendizaje móvil

La tecnología móvil a través de los años ha mejorado técnicamente, en cuanto a capacidades computacionales y de comunicación de los dispositivos móviles. Por tal motivo se han convertido en plataformas muy valiosas de apoyo al aprendizaje y han permitido crear entornos de aprendizaje informal, situado y móvil.

Actualmente el número de dispositivos móviles en el mercado se ha incrementado en las últimas dos décadas. Con la computación móvil y la aplicación de métodos de adaptación, la posibilidad de acceso a la información puede ser personalizada, por la identificación de capacidades y limitaciones que presentan las tecnologías móviles (Jäppinen; Nummela; Vainio, y Ahonen, 2004).



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Los dispositivos móviles y su capacidad de portabilidad y conectividad a Internet los convierte en unos aparatos ideales para habilitar procesos de aprendizaje, para almacenar materiales de referencia y de experiencias, además de poder acceder a recursos en tiempo real.

Las herramientas y servicios de los dispositivos móviles pueden ser utilizados en cualquier momento además de cualquier lugar, gracias a esta ventaja se han pretendido constituir el proceso de aprendizaje y enseñanza, proponiendo un aprendizaje móvil (m-learning en inglés) en el cual los alumnos consiguen realizar tareas en distintos contextos, cambiando así la forma en la que usualmente se realizan las actividades en tiempo y espacio (Traxler, 2009).

El m-learning y Moodle

Para formar un concepto del mobile learning o m-learning se debe tener en cuenta que va evolucionando día a día, los intentos que se han hecho para su conceptualización parten de la base de reconocer que éste es personal, depende del contexto y situación, lo que lo hace problemática su definición y evaluación (Traxler, 2007).

De manera general, se puede decir que m-learning es una forma de e-learning que emplea dispositivos de comunicación sin cables para la distribución de contenidos y apoyo del aprendizaje, para una interacción enriquecida del éste, en un entorno apropiado (Brown, 2005; Guo, et al., 2011); se puede producir en cualquier sitio y en cualquier momento con el apoyo de las tecnologías móviles.

Se deben tener en cuenta algunas propiedades que diferencian un dispositivo móvil de un ordenador de escritorio, este último tiene su impacto en lo útil y cómodo que se puede hacer con este tipo de dispositivos (Trifonova y Ronchetti, 2003). Algunas de esas diferencias pueden ser la salida, la entrada, la capacidad de procesamiento y memoria, las aplicaciones y componentes. Se deberán tener en cuenta esas limitaciones a la hora de transferir servicios proporcionados por una plataforma de e-learning para ser desarrollados en un entorno móvil, al igual que es necesario ser conscientes de que existen a disposición nuevos servicios dependientes de la movilidad que se puedan incluir como el nuevo contexto y la capacidad de localización.

Metodología

La evolución y la difusión de dispositivos (teléfonos inteligentes, tabletas y computadoras portátiles) en la última década han transformado nuestra vida diaria, en el sector educativo es decisivo para la formación y progreso del capital humano de cada nación, porque permite trabajar en la innovación y tecnologías móviles para lograr un crecimiento sostenible. Si aumenta el acceso a las tecnologías se espera que crezca la productividad y que las horas trabajadas se vuelvan más eficientes.

Por lo que se pretende un cambio importante en las estrategias educativas, pasando de la memorización a la navegación de información y al uso de la misma (conocimiento), fomentándose así el aprendizaje significativo. La interacción, pasa de ser un ente pasivo que escucha al maestro y hacer ejercicios en la libreta, ya sea en clase o en la casa, a una forma de aprendizaje como actores partícipes de nuestro propio aprendizaje, siendo este activo, con opciones, permitiendo equivocarse y aprender de los errores de forma inmediata.

Resultados

En esta sección se compone con la representación de los resultados obtenidos del instrumento basado en la escala tipo Likert compuesto por 42 Ítems con una muestra de 495 estudiantes de las Licenciaturas Informática Administrativa y Contaduría de los Centros Universitarios UAEM Ecatepec, Valle de México y Valle de Chalco en el periodo 2014B de 1eros, 3ros, 5tos, 7mos y 9nos semestres. Utilizando como recurso el software estadístico SPSS y la aplicación de Excel para la elaboración de gráficas y tablas dinámicas respectivamente, evaluadas con la escala de confiabilidad de alfa de cronbach.

Para formar un concepto del mobile learning o m-learning se debe tener en cuenta que va evolucionando día a día, los intentos que se han hecho para su conceptualización parten de la base de reconocer que éste es personal, depende del contexto y situación, lo que lo hace problemática su definición y evaluación (Traxler, 2007).

De manera general, se puede decir que m-learning es una forma de e-learning que emplea dispositivos de comunicación sin cables para la distribución de contenidos y apoyo del aprendizaje, para una interacción enriquecida del éste, en un entorno apropiado (Brown, 2005; Guo, et al., 2011); se puede producir en cualquier sitio y en cualquier momento con el apoyo de las tecnologías móviles.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

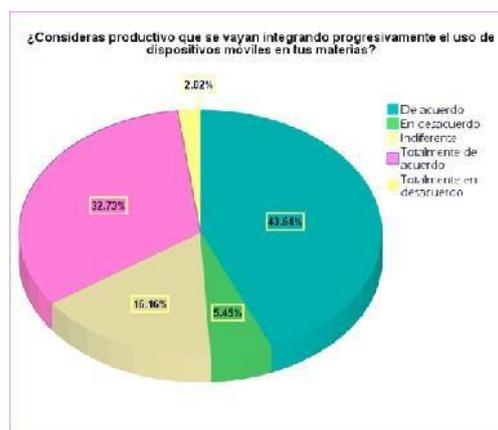
“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Se deben tener en cuenta algunas propiedades que diferencian un dispositivo móvil de un ordenador de escritorio, este último tiene su impacto en lo útil y cómodo que se puede hacer con este tipo de dispositivos (Trifonova y Ronchetti, 2003). Algunas de esas diferencias pueden ser la salida, la entrada, la capacidad de procesamiento y memoria, las aplicaciones y componentes. Se deberán tener en cuenta esas limitaciones a la hora de transferir servicios proporcionados por una plataforma de e-learning para ser desarrollados en un entorno móvil, al igual que es necesario ser conscientes de que existen a disposición nuevos servicios dependientes de la movilidad que se puedan incluir como el nuevo contexto y la capacidad de localización.

El estudiante solicita de un conjunto de conocimientos y habilidades básicas para manejar como herramientas de aprendizaje los teléfonos celulares. Actualmente, una de las características principales de la sociedad es que se articula alrededor de las tecnologías de la información (Cabero, 2001a), bajo este contexto el uso de dispositivos móviles requiere y demanda, como toda actividad humana, de un conjunto de capacidades y habilidades mínimas o básicas por parte del alumno, es decir, saber hacer en un contexto.

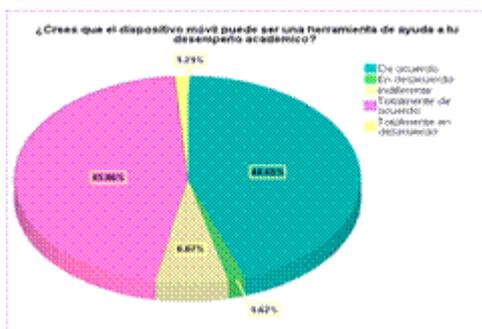
El estudiante solicita de un conjunto de conocimientos y habilidades básicas para manejar como herramientas de aprendizaje los teléfonos celulares. Actualmente, una de las características principales de la sociedad es que se articula alrededor de las tecnologías de la información (Cabero, 2001), bajo este contexto el uso de dispositivos móviles requiere y demanda, como toda actividad humana, de un conjunto de capacidades y habilidades mínimas o básicas por parte del alumno, es decir, saber hacer en un contexto.

muestran una actitud favorable acerca de su utilidad en los procesos de enseñanza-aprendizaje, permite la transformación que se están produciendo, esto conlleva que desde el ámbito de la educación formal se realicen nuevos procesos de alfabetización inmersos en nuevas formas, con la finalidad de crear nuevas competencias y habilidades tecnológicas por parte de alumnos y docentes, para dar respuesta a las demandas actuales.



Gráfica 2 Consideras productivo que se vayan integrando progresivamente el uso de dispositivos móviles en tus materias.

La gráfica 2 (Ítems 3), revela que, al momento de asociar los datos un 76.37% de alumnos encuestados señalaron que es productivo que los dispositivos móviles se vayan integrando en sus asignaturas. Gráfica 3 Consideras que tus actividades de trabajo se reducen cuando utilizas el dispositivo móvil.



Gráfica 1 El dispositivo móvil puede ser una herramienta de ayuda a tu desempeño académico.

La gráfica 1 (Ítems 1), refleja que el 45.86% de los encuestados manifiestan que están totalmente de acuerdo en que el dispositivo móvil puede ser una herramienta de ayuda, por lo que procedemos, que los estudiantes



Gráfica 3 Consideras productivo que se vayan integrando progresivamente el uso de dispositivos móviles en tus materias.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La gráfica 3 (Ítem 37), se observa que un 55.96% de consideran tener una disminución de tiempo al utilizar su dispositivo móvil e incluirlo dentro de sus actividades escolares.

Se detecta que los estudiantes tienen un mayor porcentaje en la utilización de redes sociales para recibir información referente a sus actividades escolares y esto aumenta en gran medida, por la necesidad de estar comunicado y acordar los trabajos grupales en términos de organización y colaboración. Por otro lado, 65.46% de los estudiantes consideran que el uso de su dispositivo móvil les es más atractivo para consultar un documento electrónico que copias convencionales. Estos datos dan cuenta de condiciones favorables para la integración del uso de los dispositivos móviles en sus materias ya que les genera una reducción de tiempo en la realización de sus actividades.

Conclusiones y trabajos futuros

En la actualidad las organizaciones tanto oficiales como privadas solicitan profesionistas con habilidades, aptitudes y capacidades desarrolladas en el uso y aplicación de las tecnologías para el desarrollo profesional y laboral.

De manera institucional se plantea efectuar cursos de capacitación en el uso de las tics, aplicaciones y herramientas en los dispositivos móviles para los docentes con la finalidad de diseñar y brindar herramientas a los estudiantes utilizando las Tecnologías de la Información y Comunicación. Así el servicio de Internet de calidad y eficiencia.

Incrementar el interés, de los estudiantes de nivel superior, en el uso de contenidos multimedia enfocados al aprendizaje en dispositivos móviles, aprovechando la fortaleza de la portabilidad y conectividad que elimina las barreras geográficas gracias a la movilidad de los dispositivos.

Referencias bibliográficas

Attewell, J. (2005). From research and development to mobile learning: tools for education and training providers and their learners. Research Center for Technology Enhanced Learning, Learning and Skills Development Agency, U.K. Recuperado de <http://www.mlearn.org.za/CD/papers/Attewell.pdf>

Brown, B., & Green, N. (2001). *Wireless World: Social and interactional aspects of the mobile age*. New York: Springer-Verlag.

Cabero, J.(1991). *Análisis de medios de enseñanza*. Alfar:Sevilla.

Cabero, J. (2001a): *Tecnología educativa. Diseño y utilización de medios en la enseñanza*. Barcelona, Paidós.

Jäppinen, A.; Nummela, J.; Vainio, T. y Ahonen, M. (2004). *Adaptive Mobile Learning Systems- The Essential Questions from the Design Perspective*.Proc. of MLearn, Italy, pp. 109-112.

David, P. Y Foray D. (2002). *Una Introducción a la economía y a la sociedad del saber*. Revista internacional de ciencias sociales, nº 171. Marzo 2002.

Nielsen, J. (2012). *Usability 101: Introduction to Usability*. Jakob Nielsen's Alertbox Articles.

Nielsen Norman Group. Recuperado de <http://www.nngroup.com/articles/usability101introduction-to-usability>.

Nielsen, J. y Budiu, R. (2013). *Mobile Usability*. Berkley, EUA: The Nielsen Norman Group.

Paredes, Domínguez, Santa Cruz, (2012), *Programación multimedia y dispositivos móviles (GRADO SUPERIOR) RA-MA S.A. Editorial y Publicaciones*, 1ª ed., 1ª imp. (2012).

Traxler, J. (2007). *Defining, Discussing and Evaluating Mobile Learning: The Moving Finger Writes and Having Writ... The International Review in Open and Distance Learning*, 8, 1-13.

Traxler, J. (2009). *Current State of Mobile Learning*. En M. Ally ed. *Mobile Learning: Transforming the Delivery of Education and Training*. Edmonton, Athabasca Univ. Press. pp. 9-24.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Trifonova, A. y Ronchetti, M. (2003) A general architecture for m-learning. Revisado en: <http://www.trifonova.net/docs/A%20General%20Architecture%20for%20M-Learning%20%28mICTE2003%29.pdf> el 15/12/2012.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Hábitos de estudio y su relación con el éxito académico

Área Temática: Educación y nuevas perspectivas empresariales

Dra. Margarita González Cano

Grupo de Investigación Educación Financiera y Competitividad

Universidad Autónoma del Estado de

Hidalgo mgcano@hotmail.com 7172000

ext. 4132

Mtro. José Antonio Hernández González

Grupo de Investigación Educación Financiera y Competitividad

Universidad Autónoma del Estado de

Hidalgo janthdez@gmail.com 7172000 ext.

4132

PLC. Oscar Daniel Cruz Martínez

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

oscar_daniel_00@hotmail.com



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Hábitos de estudio y su relación con el éxito académico

Resumen: En este paper se presenta la relación existente de los hábitos de estudio con el éxito académico. La investigación fue realizada con estudiantes de la licenciatura en contaduría del Instituto de Ciencias Económico Administrativas inscritos en el período enero junio 2014. Los hábitos de estudio están representados por acciones básicas que a consideración de los docentes de la licenciatura, son los que deben practicar los estudiantes para aprobar la materia. El éxito académico está representado por el número de materias reprobadas y el promedio general que tiene el estudiante al momento de la investigación. Los resultados obtenidos muestran que de acuerdo a su percepción, la mayoría de los estudiantes de contaduría sí tienen buenos hábitos de estudio, y que existe una relación significativa de los hábitos de estudios y el número de materias reprobadas. De acuerdo a los resultados del estudio, se concluye que los estudiantes de contaduría con buenos hábitos de estudio generalmente tienen un bajo índice de reprobación.

Abstract: In this paper the relationship between study habits and academic success is shown. The research was conducted with students of the degree in accounting from the Institute of Economic and Administrative Sciences registered in the period January-June 2014. The academic success is represented by the number of subjects failed and the overall average that has the student at the time of the investigation. The results show that according to their perception, most accounting students do have good study habits, and that there is a significant relationship between study habits and the number of failed subjects. According to the study results, it is concluded that accounting students with good study habits generally have a low failure rate.

Palabras claves: Hábitos de estudio, estudiantes universitarios, éxito académico.

Introducción

Los estudiantes universitarios consideran que el éxito académico es obtener buenas calificaciones, aprobar todas sus materias y poder titularse en tiempo y forma.

Lograr lo anterior no solo recae en el estudiante, sino también son corresponsables otros actores como los padres, profesores y las mismas instituciones educativas. Asimismo, el éxito académico es producto de varios factores que han sido motivo de interés para la investigación educativa, siendo los hábitos de estudio el tema central del presente trabajo.

Para las instituciones educativas, es de suma importancia que sus estudiantes tengan buenos hábitos de estudio, porque son bases que les permiten fortalecer su aprendizaje, lo cual debe verse reflejado en mejores calificaciones. Saben que el beneficio no solo es para impactar positivamente en sus indicadores de calidad, sino también para que sus futuros egresados se interesen por forjar nuevos hábitos que les permita moverse con eficiencia en su campo profesional.

La necesidad de conocer quienes son nuestros alumnos, cómo piensan, cómo actúan, qué requieren para ser mejores personas en toda la extensión de la palabra, es lo que mueve a realizar investigaciones de corte educativo, ya que el entorno tan cambiante obliga a que no solo nos preocupemos porque adquieran conocimientos, sino desarrollen habilidades actitudes y valores que les permitan

ser creadores de nuevos esquemas de aprendizaje, y capaces de adecuarse a los nuevos requerimientos que les demanda la sociedad,

Por tal motivo, el propósito del trabajo fue conocer si los estudiantes de contaduría del Instituto de Ciencias Económico Administrativas tienen buenos hábitos de estudio como son: la asistencia a clases, elaborar apuntes, repasar las clases, aclarar dudas, ser participativos, estudio constante, la lectura, cumplimiento en las tareas, la búsqueda de información complementaria y el prestar atención, que de acuerdo a los docentes de esa licenciatura, son acciones básicas y necesarias que los estudiantes deben cumplir para tener un buen desempeño académico.

Los hábitos de estudio, han sido tema central de diversas investigaciones que generalmente surgen por iniciativa de las mismas instituciones y de sus departamentos de tutoría que tienen la encomienda de apoyarlos y guiarlos para mejorar el rendimiento académico de sus estudiantes. Se comentan algunos de estos estudios en la segunda sección del presente trabajo, donde también se hace referencia a la conceptualización de hábitos, métodos y técnicas de estudio

En la tercera sección se presenta la metodología que se empleó para llevar a cabo la investigación, tratándose propiamente de un estudio descriptivo transversal con enfoque cuantitativo.

Los resultados obtenidos se muestran en la cuarta sección. Por el tipo de estudio, en esta sección encuentran qué porcentaje de los estudiantes encuestados tienen buenos



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

hábitos de estudio y quienes no. Entendiendo por buenos hábitos cuando el alumno realiza con frecuencia (siempre y casi siempre) las acciones que a juicio de los maestros son básicas para aprobar y conseguir una buena calificación. La discusión y análisis de resultados se presenta en la quinta sección y finalmente en la sexta sección se presentan las conclusiones.

Hábitos de estudio.

La existencia de buenos hábitos de estudio se considera un factor importante para que el alumnado evite la reprobación y obtenga buenas calificaciones es decir sea exitoso académicamente hablando. Es conveniente entonces conocer que dicen los expertos sobre lo que son los hábitos de estudio, ya que ello permitirá identificar en los estudiantes quienes tienen buenos hábitos de estudio y quienes no. Y por supuesto, permitirá tomar decisiones que ayuden a fomentarlos.

Los hábitos de estudio son definidos como las conductas que los estudiantes practican regularmente, para incorporar saberes a su estructura cognitiva; modo como el individuo se enfrenta cotidianamente a su quehacer académico (Cartagena, 2008).

Los hábitos de estudio son aprendidos mediante repetición y generalmente comprenden aspectos de organización del tiempo, espacio y utilización de técnicas para estudiar (Acevedo, Torres y Tirado, 2015; Hernández, 1996). Es decir, la técnica y el hábito de estudio son distintos, pero al estar enfocados a un mismo objetivo que es lograr el aprendizaje, necesariamente se complementan (Martínez – Otero y Torres, 2005).

Aplicar determinada técnica de manera regular, se convierte en un hábito. Por ejemplo el subrayar palabras claves o ideas principales es una técnica de estudio, pero si esta técnica se utiliza siempre y para cualquier asignatura, estamos hablando de un hábito, o por el contrario, una buena técnica aplicada solamente en un caso de manera excepcional, no conforma un hábito y difícilmente el estudiante mejorará en su rendimiento. En otras palabras los hábitos de estudio comprenden a las técnicas que se aplican de forma cotidiana.

Al respecto Cruz y Quiñones (2011) citando a otros autores, mencionan que los métodos de estudio son como el camino adecuado para llegar a un fin académico propuesto. Y las técnicas son ayudas prácticas para la tarea de estudiar. Son un producto artificial elaborado por el individuo con el propósito de mejorar la actividad realizada.

En la Tabla 1 se aprecia el esquema realizado por Cruz y Quiñones (2011) para una mejor comprensión de que los métodos y técnicas de estudio son utilizados en el desarrollo de los hábitos.

Tabla 1: Relación entre hábito, métodos y técnicas de estudio.

| | Hábitos de estudio | Métodos de estudio | Técnicas de estudio |
|------------|---|--|--|
| Definición | Repetición del acto de estudiar realizado bajo condiciones ambientales de espacio, tiempo y características iguales | Planes que contienen unos pasos ordenados y coherentes cuyo objetivo primordial es el aprendizaje | Conjunto de estrategias que permiten conseguir un fin, en este caso es el aprendizaje |
| Ejemplos | | El método total, por partes y mixto. Los métodos SQ3R de Brown y Holtzman ¹ , EPL2R de Maddox, 2L2S2R y EFGHI. El método Viler de Carman y Adams. El método dirigido de Michel. | Las técnicas del subrayado, síntesis, resumen, esquema, cuadro comparativo y mapas conceptuales. |

¹ En las universidades norteamericanas se expone como método de estudio la fórmula SQ3R. (Survey, Question, Read, Recite, Revise), que se puede traducir por: "explorar, preguntar, leer, recitar y revisar"

Fuente: Cruz y Quiñones (2011)

Hernández (1996) citando a Maddox (1988), señala que el éxito en el estudio no sólo depende de la inteligencia y del esfuerzo, sino también de la eficacia de los métodos de estudio. Hernández (1996) también está convencido que el estudiante universitario enfrenta graves dificultades para aprender, por el desconocimiento de métodos de estudio que ha de seguir, agravándose el problema porque también hay poca aplicación de técnicas o se utilizan mal.

Hoy en día preocupa a los profesores la falta de motivación e interés de los jóvenes hacia el estudio, y por otra parte, los estudiantes consideran que tienen buenos hábitos de estudio porque realizan lectura, toman apuntes, subrayan, entre otras acciones más, pero resulta que hay muchos vicios en su aplicación, ya que desconocen hábitos y técnicas efectivas para lograr un verdadero aprendizaje y no solamente memorización para aprobar.

El método y la técnica de estudio deben complementarse para lograr el objetivo deseado. Hernández (2006) menciona que el futuro profesional tendrá que actuar de continuo ante circunstancias específicas, lo cual significa que tendrá que saber usar instrumentos técnicos, e inclusive en muchos casos tendrá que crear instrumentos adecuados a las circunstancias novedosas.

Respecto a las investigaciones que se han realizado sobre los hábitos de estudio, existe una idea general que los hábitos de estudio influyen considerablemente en los resultados escolares (Martínez –Otero y Torres, 2005) y que son predictores del éxito académico. Pozar (1989) afirma que este factor tiene gran poder predictivo del rendimiento académico, mayor incluso que las aptitudes intelectuales.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Un propósito común que se observó en investigaciones sobre hábitos de estudio, como las de Hernández, Rodríguez y Vargas (2012) y Cruz y Quiñones (2011) han sido identificar características deseables o convenientes para ayudar a mejorar el aprendizaje del estudiante y en consecuencia se refleja en sus calificaciones.

Otros estudios también han advertido que los alumnos que presentan dificultades académicas como son la reprobación, bajo rendimiento por exceso de faltas, la falta de comprensión de los temas de clase, el incumplimiento de tareas o trabajos académicos, se debe a la ausencia de esos hábitos de estudio (Acevedo, Torres y Tirado, 2015).

Otro aspecto que es resaltado cuando se habla de éxito o fracaso del estudio, es que este depende de varios factores como son hábitos higiénicos, condiciones materiales, hábitos de estudio y capacidad de estudio (Cuenca, 2004).

En el mismo sentido se pronuncian Hernández, Rodríguez y Vargas (2012) de que no solo los hábitos de estudio tienen que ver con el rendimiento académico sino también influye la personalidad, estilo de aprendizaje e incluso aspectos socio económicos de los estudiantes.

Para el servicio o departamento de tutoría estos aspectos son muy importantes a tomarse en cuenta, porque por ejemplo no podrán tener el mismo rendimiento dos estudiantes si uno de ellos tiene un lugar adecuado para estudiar y hacer tareas que otro estudiante que tiene carencias económicas y comparte su habitación con varios miembros de la familia, ya que por más que se esfuerce en estudiar, esta situación puede restarle concentración. Por lo tanto todas estas variables deben considerarse para entender el éxito o fracaso en los estudios y ofrecer una ayuda integral.

Al respecto, Acevedo, Torres y Tirado (2015) comentan que los hábitos de estudio ayudan a obtener éxito académico, pero no son concluyentes ya que también es necesario considerar las circunstancias internas y externas que rodean al alumno. La Tabla 2 muestra cuáles son esas circunstancias que pueden favorecer o perjudicar los hábitos de estudio de los alumnos.

Tabla 2: Circunstancias que favorecen o perjudican los hábitos de estudio

| | | |
|----------|---|---|
| Internas | Emociones Sentimientos Motivación (deseo, interés, expectativa) Condiciones psicológicas y, Capacidades intelectuales | |
| Externas | Factores ambientales | Lugar donde se estudia: limpio, con ventilación, iluminado, asientos cómodos, mesa o escritorio a buena altura, material didáctico necesario. |

| | |
|---------------------------|--|
| Factores económicos | Nivel de ingreso personal y familiar |
| Factores socio culturales | Lugar geográfico Zona o lugar de residencia Costumbres y nivel educativo del núcleo familiar |

Elaboración propia basada en Acevedo, Torres y Tirado (2015)

Cuando se observe que el alumno tiene la costumbre de estudiar sin que se le tenga que estar ordenando es porque ya ha forjado un hábito. Crear el hábito implica la voluntad, la motivación e interés que tenga el estudiante (circunstancias internas)

A continuación se mencionan algunos hábitos y técnicas de estudios considerados de manera recurrente por los expertos en el tema.

Planeación

Acción fundamental para llevar a cabo estudios, trabajos o tareas de carácter académico y de cualquier otra índole. La persona que tiene el hábito de planear logrará conseguir el máximo rendimiento invirtiendo el mínimo esfuerzo.

El plan es un instrumento de control de sus actividades, ya que le permite tener presente la fecha de cuando le solicitaron el trabajo, y estimar cuantos días tiene para realizarlo, y por tanto decidir cuanto tiempo debe dedicar cada día para entregar la tarea en tiempo y forma. Así también puede programar acciones e incluso liderar cuando se trate de trabajos en equipo. También al anotar los períodos de exámenes puede decidir el tiempo diario dedicado al estudio a fin de que asimile los temas vistos y no dejar todo para el último día donde solo se procura memorizar.

Para cumplir con lo planeado se recomienda que el estudiante elabore un horario en el que se programen las actividades diarias. Dicha distribución del tiempo se realizará conforme a las actividades personales entre las que también se incluyan las normales y básicas como son: dormir, asearse, vestirse, alimentarse, ir a la escuela, etc.

El repaso.

El hábito de revisar o repasar los temas regularmente, aunque no lo solicite el profesor, se tornará después en cualidades como la constancia y la responsabilidad.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Sencillamente el hábito de repasar, le facilitará estudiar para aprender y no solamente para aprobar, ya que el repaso le permite advertir dudas y puede despejarlas de manera inmediata y no esperar hasta el examen.

La atención.

La atención es la capacidad para observar y/o escuchar, algo que nos interesa o nos motiva. Hace referencia al estado de observación y de alerta que nos permite tomar conciencia de lo que ocurre en nuestro entorno (Botella, 2014).

La atención requiere de esfuerzo y voluntad. Es necesario hacer ejercicios de lectura para crear el hábito de atención (Maddox, 1990). Primero serán lecturas de corta amplitud y duración pero de manera continuada, de tal manera que se comprenda lo que se lee y se pueda recordar fácilmente lo que se leyó el día anterior para continuar leyendo al siguiente. Paulatinamente ir incrementando el tiempo de lectura. La lectura previa hará que el alumno entienda y atiende lo que el profesor explica en clase.

Los principales distractores actualmente de la atención a nivel universitario, son los celulares. Es conveniente que el profesor aplique estrategias que permitan que el celular y dispositivos electrónicos en vez de distraer al alumno, se conviertan en herramientas que ayuden a realizar actividades en la clase.

La asistencia a clases

La educación superior fomenta el aprendizaje autónomo, crítico y significativo, por lo que el hábito de asistir a clases debe ser un acto voluntario, consciente. La asistencia irregular produce problemas administrativos como el no tener derecho a examen, causar baja, pero principalmente problemas de aprendizaje, porque hay cuestiones que solamente se tratan en el aula, y no encontrarán esa explicación ni en el libro, ni en los apuntes del compañero.

Ahora que si se trata de estudios universitarios virtuales, lo recomendable es que el estudiante ingrese de manera continúa a la plataforma y lea los avisos y toda la información que se le proporciona para realizar las actividades en tiempo y forma.

Tanto en clases presenciales como virtuales, el estudiante exitoso es el que se mantiene firme en su decisión de estudiar, el que evita procrastinar sus actividades escolares o incumplir sus compromisos académicos por aceptar fiestas o invitaciones de amigos que nada tiene que ver con los estudios.

La firmeza en las decisiones, el esfuerzo realizado y la constancia son elementos importantes para adquirir un buen hábito

Tomar apuntes.

El hecho de tomar apuntes estimula, dirige y canaliza el aprendizaje, pues al hacerlo se estará logrando una mejor concentración, se tendrá una atención activa y al mismo tiempo intervendrán varios sentidos, con la cual resulta un mejor aprendizaje. Entre las ventajas que tiene la toma de apuntes se consideran las siguientes:

- ✓ Se conserva lo que la memoria no retiene.
- ✓ Es un medio ideal para fijar la atención en clase
- ✓ Se guardan las opiniones personales que tiene el profesor acerca de determinados aspectos sobre lo tratado en clase.
- ✓ Es el origen de todo trabajo personal del estudiante.

Factores higiénicos.

Otros factores que forman parte de fortalecer buenos hábitos de estudio y por tanto ayudan al estudiante a mejorar su rendimiento académico, son las relativas a las condiciones físicas y de higiene (Hernández, 2003). En este sentido es recomendable que el alumno estudie cuando no se sienta fatigado, ya que una costumbre no conveniente es optar por estudiar por la noche, desvelándose, lo cual trae como consecuencia que no se estudie con eficacia, porque el cuerpo demanda descanso y la mayoría de la veces terminan cerrando el libro e irse a dormir. Además al día siguiente, también hay repercusiones de esa decisión en la clase porque el estudiante no está alerta, bostezo continuamente, e incluso llega a cabecear, en suma no está concentrado.

La salud es otro aspecto que debe ser cuidado, y controlar algunas enfermedades que se padezcan como pueden ser alergias, cefaleas, u otras, así como problemas visuales, auditivos, psicológicos, porque eso repercute en su rendimiento escolar.

Las condiciones del lugar donde se estudia también son importantes. El estudiante debe buscar un lugar bien iluminado, ventilado y buena temperatura porque si no fuere así se convierten en distractores, ya que áreas con poca ventilación y luz, sofoca y adormece a las personas. El lugar donde estudia debe contar con mobiliario adecuado, cuidando de tener una postura erguida, evitar



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

hacer sus actividades escolares en la cama, en el sofá, o en el piso.

Metodología

El presente trabajo es un estudio cuantitativo, descriptivo y transversal, ya que los conceptos de análisis (estudiantes con buenos y malos hábitos de estudio, estudiantes con asignaturas reprobadas, promedio de calificación de los estudiantes) son medibles, orientados a determinar características de la población objeto de estudio, y son datos recolectados que corresponden a un tiempo determinado.

La investigación se realizó en el Instituto de Ciencias Económico Administrativas ubicada en San Juan Tilcuautla, Hidalgo, con estudiantes de contaduría inscritos en el período enero junio 2014, siendo el total de la población 844 alumnos.

Se utilizó el muestreo “no probabilístico”, específicamente muestreo por conveniencia en virtud de que fueron encuestados 209 estudiantes de 5° a 8° semestre que eran los grupos presentes al momento de aplicar el instrumento.

La intención del estudio fue identificar la existencia o ausencia de hábitos de estudio en alumnos de la carrera de Contaduría y determinar si hay relación de los hábitos con el éxito académico, entendiendo este último concepto como la combinación de materias reprobadas y promedio general del alumno.

Para tal efecto, se diseñó un cuestionario, basado en las dimensiones formas de estudio, resolución de tareas, preparación de exámenes y búsqueda de información, las cuales están comprendidas en el instrumento Inventario Hábitos de Estudio CASM-85 REVISIÓN-98 (Cartagena, 2008). También se procedió a preguntar a los maestros qué acciones de ese inventario, a su juicio son básicas o elementales para que un alumno de contaduría pueda tener un buen aprovechamiento académico. De estas respuestas se seleccionaron 10 items que fueron las que tuvieron mayor frecuencia y que finalmente conformaron el cuestionario que se aplicó.

El instrumento tuvo cinco opciones de respuesta tipo Likert (siempre=5, casi siempre=4, algunas veces=3, rara vez=2 y nunca =1). Los datos fueron procesados en SPSS v.17

Resultados

Los 10 items daban máximo 50 puntos y mínimo 10. Se estableció con ellos una primera agrupación de hábitos que correspondía 41 a 50 puntos (hábitos de estudio muy favorables). De 35 a 40 puntos (hábitos de estudio favorables). De 25 a 34 puntos (hábitos desfavorables) y menor a 25 puntos son hábitos muy desfavorables.

La Figura 1 muestra los resultados obtenidos, apreciándose que el 88% de estudiantes de contaduría encuestados tiene hábitos de estudio favorables y muy favorables como son la asistencia a clases, elaborar apuntes, repasar las clases, aclarar dudas, ser participativos, estudio constante, la lectura, cumplimiento en las tareas, la búsqueda de información complementaria, entre otras acciones importantes que exige la carrera. El 12% de los estudiantes encuestados tienen hábitos de estudio desfavorables.

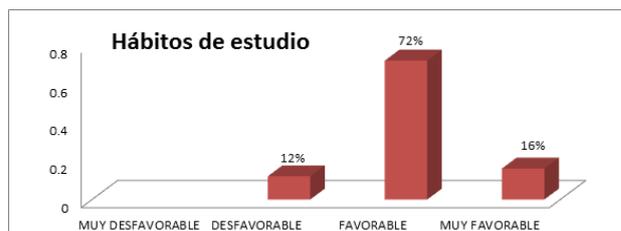


Figura 1. Porcentaje de estudiantes de contaduría con hábitos de estudio favorables y muy favorables. Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario.

Los porcentajes anteriores se agruparon en dos categorías: Buenos y Malos hábitos de estudio. Estudiantes con buenos hábitos fueron el 88%, que se obtuvo sumando al porcentaje de estudiantes hábitos muy favorables (16%) y favorables (72%). Estudiantes con malos hábitos fueron 12% que se conformó de los estudiantes que tienen hábitos desfavorables, ya que no hubo estudiantes con hábitos muy desfavorables.

Posteriormente, se formula una Tabla (Ver Tabla 3) donde se agrupan los estudiantes de acuerdo a sus hábitos de estudio (buenos y malos hábitos) y al número de materias reprobadas que llevaban acumuladas.

Tabla 3: Estudiantes de contaduría clasificados de acuerdo a sus hábitos de estudios y número de materias reprobadas.

| Materias Reprobadas | Malos hábitos de estudio | Buenos hábitos de estudio | TOTAL |
|---------------------|--------------------------|---------------------------|-------|
| tres o más | 1.9% | 4.3% | 6.2% |
| dos | 1.9% | 7.2% | 9.1% |



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

| | | | |
|---------|-------|-------|--------|
| una | 2.4% | 16.3% | 18.7% |
| ninguna | 5.8% | 60.2% | 66.0% |
| TOTAL | 12.0% | 88.0% | 100.0% |

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario.

En la Tabla 3, se observa que 66% de estudiantes de contaduría no ha reprobado materias, de los cuáles el 60.2% de ellos manifiesta tener buenos hábitos de estudio. Y del 34% que ha reprobado materias (una o más materias) el 6.2% no tiene buenos hábitos de estudio y 27.8 % tiene buenos hábitos.

En la Tabla 4, se presentan a los estudiantes de contaduría encuestados, de acuerdo a sus hábitos de estudio (buenos y malos hábitos) y su promedio general.

Tabla 4: Porcentaje de estudiantes de contaduría clasificados por sus hábitos de estudios y promedio general

| Promedio General | Malos hábitos de estudio | Buenos hábitos de estudio | Total |
|------------------|--------------------------|---------------------------|--------|
| Menos de 8 | 1.0% | 1.0% | 2.0% |
| De 8 a 8.9 | 8.1% | 58.9% | 67.0% |
| De 9 a 10 | 2.9% | 28.1% | 31.0% |
| TOTAL | 12.0% | 88.0% | 100.0% |

Fuente: Elaboración propia con base en datos del cuestionario

Como se observa en la Tabla 4, el 31% de estudiantes que tienen promedio de 9 y 10, de los cuales, el 28.1% tiene buenos hábitos de estudio. Del 67% de estudiantes con promedios de 8 a 8.9, el 58.9% tienen buenos hábitos de estudio.

De acuerdo al propósito de la investigación, se determinó si existe o no relación entre los hábitos de estudio y el éxito académico (promedio general y materias reprobadas). Para ello se aplicó la correlación de Spearman y se obtuvo el siguiente resultado que se aprecia en la Tabla 5.

Tabla 5: Correlaciones Rho de Spearman: Promedio General, Hábitos de Estudio y Número de reprobadas.

| | | Promedio general | Hábitos de estudio | Reprobación |
|------------------|-----------------------------|------------------|--------------------|-------------|
| Promedio general | Coefficiente de correlación | 1.000 | .087 | .404(**) |
| | Sig. (bilateral) | . | .210 | .000 |
| | N | 209 | 209 | 209 |

| | | | | |
|--------------------|-----------------------------|----------|---------|---------|
| Hábitos de estudio | Coefficiente de correlación | .087 | 1.000 | .163(*) |
| | Sig. (bilateral) | .210 | . | .019 |
| | N | 209 | 209 | 209 |
| Reprobación | Coefficiente de correlación | .404(**) | .163(*) | 1.000 |
| | Sig. (bilateral) | .000 | .019 | . |
| | N | 209 | 209 | 209 |

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral). * La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

En la Tabla 5 se muestra que existe correlación significativa positiva de la variable hábitos de estudio con número de reprobadas (coeficiente .163) al tener un nivel de significancia menor de 0.05 (sig. 019). No se observa relación significativa de hábitos de estudio con el promedio general. Pero el número de materias reprobadas, si está relacionada con el promedio (coeficiente de .404 a un nivel menor de significancia de 0.01)

Discusión

De acuerdo a la manera en que el alumno se evaluó en cuanto a la práctica de los hábitos que se le presentaron como fueron: la asistencia a clases, elaborar apuntes, repasar las clases, aclarar dudas, ser participativos, estudio constante, la lectura, cumplimiento en las tareas, la búsqueda de información complementaria y el prestar atención, se observa que 88% de los estudiantes considera tener buenos hábitos de estudio, es decir que los practica con frecuencia (siempre o casi siempre), pero existe un 12% de los estudiantes que tienen malos hábitos de estudio porque no los practican o rara vez lo hacen. Me atrevo a decir que son alumnos que actúan de acuerdo a las circunstancias o incluso de la exigencia del profesor.

Ahora bien, de acuerdo a los hallazgos de otras investigaciones sobre la idea de que los hábitos de estudio influyen favorablemente en el rendimiento académico, en este trabajo se observó en la Tabla 2, que 66% de estudiantes de contaduría no ha reprobado materias, de los cuáles el 60.2% de ellos manifiesta tener buenos hábitos de estudio. Y del 34% que ha reprobado materias (una o más materias) el 6.2% no tiene buenos hábitos de estudio y 27.8 % tiene buenos hábitos.

Estos datos entonces nos llevan a inferir que estudiantes con buenos hábitos generalmente no reprobaban o en dado caso, llegan a reprobado una vez, es decir, atienden su



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

situación, se ponen a estudiar y evitan estar otra vez en problemas de reprobación. Solamente el 4.3% de estudiantes que consideran tener buenos hábitos de estudio, han llegado a tener tres o más materias reprobadas.

En cuanto al promedio, la Tabla 3 muestra que los estudiantes con buenos hábitos de estudio obtienen un mejor promedio. El 88% de estudiantes que dicen tener buenos hábitos de estudio, el 87% tiene promedio mayor a 8 y solamente 1% tiene promedio menor a 8.

Sin embargo, al hacer el estudio de correlación, la relación de hábitos de estudio con promedio general no es significativa, es decir no hay relación entre hábitos de estudio y promedio general. Pero sí existe relación entre hábitos de estudio y reprobación (significativa al nivel 0.05). Esto confirma que alumnos con buenos hábitos de estudio no reprueban o tienen menos materias reprobadas que los alumnos con malos hábitos.

Lo que llama la atención es la relación que existe entre reprobación y promedio general. E inferimos que el éxito académico no es la conjugación de reprobación y promedio. Sino que el éxito se obtiene evitando la reprobación y esto permitirá obtener un mejor promedio.

El análisis de los resultados reveló que no podemos ser tan determinantes en señalar que los hábitos de estudio en los estudiantes de licenciatura en contaduría inciden en su rendimiento académico, porque están presentes otros factores mencionados por Acevedo, Torres y Tirado (2015). Por ello es importante aclarar que la investigación no incluyó identificar las condiciones ambientales donde acostumbra estudiar el alumno, ni aspectos personales como su salud física y emocional, ni variables socioeconómicas o culturales que son factores que en determinado momento si afectan el rendimiento de los estudiantes en mayor o menor medida. Sin embargo, los datos nos permiten asumir que la práctica de buenos hábitos académicos ayuda al estudiante a transitar con menos problemas académicos en su vida universitaria.

Conclusiones y trabajos futuros

La investigación efectuada describe a grandes rasgos que de acuerdo a la percepción de los estudiantes de contaduría del ICEA, consideran tener buenos hábitos de estudio como son: asistencia a clases, el repaso de sus apuntes, la lectura, el estudio continuo, cumplimiento de tareas, preguntar a sus maestros o compañeros algo que no se comprendió, participar y buscar información en fuentes complementarias y el prestar atención.

Los resultados llevan a concluir que los buenos hábitos de estudio son los que se practican con frecuencia (siempre y casi siempre) y que eso les ha permitido a los estudiantes de contaduría evitar la reprobación en sus materias. Y que el número de materias reprobadas impacta en el promedio, es decir cuando el alumno reprueba, repercute desfavorablemente en su promedio.

Finalmente, es conveniente hacer notar que las preguntas formuladas en el cuestionario fueron las que a juicio de los profesores son las más convenientes para que el estudiante evite ser reprobado y obtenga una mejor calificación. Esto se hizo porque en realidad es el maestro quien otorga una calificación y observa las conductas que desarrollaron sus alumnos e influyeron en su calificación.

Por lo que no se puede soslayar que la labor del profesor es muy valiosa para el fomento de dichos hábitos, por lo que se considera importante que dentro de su planeación de clase, seleccione actividades con las que propicie, motive e involucre a sus alumnos para que apliquen técnicas y métodos de estudio.

Hernández, Rodríguez y Vargas (2012) mencionan que en el estudio realizado por De Garay (2006), encontró que los hábitos asociados al trabajo académico en lugar de fortalecerse durante el tránsito de la universidad, se van debilitando.

El docente no debe dar por hecho que el alumno ya debe contar con hábitos de estudio, sino debe buscar promover la adquisición o fortalecimiento de cierto hábito, que no solo le ayude a evitar reprobar, sino que sean hábitos que se conviertan en herramienta valiosa para ser utilizada en la solución de problemas profesionales.

Esta inquietud lleva a plantear la necesidad de realizar nuevas investigaciones para conocer qué hacen los docentes universitarios para promover y fortalecer los hábitos de estudio en sus estudiantes.

Referencias bibliográficas

Acevedo, D., Torres, José D., & Tirado, D. (2015). Análisis de los Hábitos de Estudio y Motivación para el Aprendizaje a Distancia en Alumnos de Ingeniería de Sistemas de la Universidad de Cartagena (Colombia). *Formación Universitaria*. 8 (5), 59-66

Botella, J. (2014). El estudio experimental de la atención. En E. Munar, J. Rosselló & A. Sánchez (Coords). *Atención y Percepción*. (pp.63-96) Madrid: Editorial Alianza.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Cartagena, M. (2008). Relación entre la autoeficacia y el rendimiento escolar y los hábitos de estudio en alumnos de secundaria. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficiencia y Cambio en Educación*. 6 (3) 59-99

Cruz, F., y Quiñones, A. (2011). Hábitos de estudio y rendimiento académico en enfermería, Poza Rica, Veracruz, México. *Revista Electrónica "Actualidades Investigativas en Educación"*. 11 (3) 1-17

Cuenca, R. (2004) *Seminario de Aprendizaje y Desarrollo*. México: Thomson

Hernández, F. (1996). *Metodología del Estudio. Como estudiar con rapidez y eficacia*. Colombia. Mc Graw Hill Interamericana

Hernández, R. (2003). *El éxito en tus estudios. Orientación del aprendizaje*. México: Trillas.

Hernández, C., Rodríguez, N., y Vargas, A. (2012). Los hábitos de estudio y motivación para el aprendizaje de los alumnos en tres carreras de ingeniería. *Revista de Educación Superior XLI* (3) 67-87

Maddox, H. (1990). *Cómo estudiar*. (12ª. Edición). Barcelona: Ed. Oikos_Tau S.A.

Martínez_Otero, V., y Torres, Liliana (2005). Análisis de los hábitos de estudio en una muestra de alumnos universitarios. *Revista Iberoamericana de Educación*. Recuperado en <http://www.rieoei.org/deloslectores/927Martin ezOtero.Pdf>

Pozar, F. (1989) *Inventario de hábitos de estudio (I.H.E.)*, Madrid, TEA



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

**El lenguaje y la redacción en el trabajo académico: su importancia para la
publicación en revistas científicas**

Área temática: Educación y nuevas perspectivas empresariales.

Juan Luis Reyes Cruz ¹

Guadalupe Israel Flores Ariza ²

Alicia González Hernández ³

**Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
Escuela Superior de Tepeji**

Tel: 01 771 72000 Ext. 5850

Correo electrónico: juan_reyes5805uaeh.edu.mx ¹

Correo electrónico: iflores@uaeh.edu.mx ²

Correo electrónico: alygonzalez1910@outlook.com ³



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

El lenguaje y la redacción en el trabajo académico: su importancia para la publicación en revistas científicas

Resumen: En la actualidad, la comunicación escrita es fundamental, no sólo en la expresión de las ideas e información que han implicado las transformaciones sociales, también, es la base de la sociedad del conocimiento. La globalización, el uso de las TIC, la interconexión casi total, obliga a que el uso de la lengua escrita sea claro, sencillo y preciso.

En el ámbito académico se discute actualmente de manera intensa la necesidad de que los académicos utilicen de forma pertinente y precisa el lenguaje escrito. En este trabajo se hace un análisis crítico sobre la importancia del lenguaje escrito, sus principales características, la centralidad en su uso en la realización y redacción de textos académicos – científicos para lograr su publicación en una revista de carácter científico.

Abstract: At present, written communication is essential not only in the expression of ideas and information that have involved social transformations, too, is the basis of the knowledge society. The globalization, use of ICT, the almost total interconnection, forces the use of the written language is clear, simple and precise.

In academia it is currently intensively discussed the need for academic use so relevant and accurate written language. This paper presents a critical analysis of the importance of written language, its main characteristics, the centrality of their use in performing and writing of academic - research texts is made.

Palabras clave: Lenguaje, centralidad, redacción, ciencia, académicos.

Introducción

Hoy en día, la comunicación escrita es indispensable, no sólo para la expresión de las ideas e información por lo que obliga a que el uso de la lengua escrita sea claro, sencillo y preciso.

El presente trabajo, se estructura en siete secciones, en primer lugar define y explica la importancia del lenguaje y la redacción en los trabajos académicos para su publicación en revistas científicas, considerando que la ciencia tiene como finalidad la difusión de nuevo conocimiento para lo cual se requiere de una buena comunicación y lenguaje adecuado para su implementación, y de un lenguaje escrito bien organizado con ideas bien estructuradas y la terminología adecuada para que la información sea comprensible.

En la tercera sección se exponen las características del lenguaje escrito. En la sección cuatro describe las características de los textos académicos y científicos, en la sección cinco se analizan las principales características formales y metodológicas que deben contener los textos académicos, en la sección seis se contrastan datos sobre el crecimiento en generación de textos académicos con la dificultad de su publicación, en donde la importancia de una buena estructura en un trabajo de investigación y del correcto uso de lenguaje son decisivos. Finalmente, se plantean algunas conclusiones sobre como el lenguaje

escrito juega un papel fundamental para el logro de la publicación de un manuscrito en una revista de carácter científico.

La importancia del lenguaje escrito

Es indudable la importancia de la escritura en la expresión de las ideas y del nuevo conocimiento, en el ámbito académico y científico es el medio formal y común para que dicho conocimiento sea comunicado, valorado, discutido y en cierta forma, validado. En otros sectores también está más que probada su importancia, ya sea a través de los medios de comunicación, la literatura u otras áreas, se pueden coincidir en que el buen uso de la palabra escrita es determinante en la sociedad actual. La percepción que hace el hombre de su entorno esta mediada por la cultura cuya síntesis es el lenguaje. (Morales Morales, 2004).

Es a través de la investigación, análisis y discusión de ideas que se generan nuevos conocimientos, proceso que refleja el avance del hombre en su espacio inmediato. Según Tohaira (2010), “la investigación es el camino casi infinito y lleno de ramificaciones que nos va llevando hacia conocimiento nuevos que se van acumulando a los que ya poseíamos. [...] el resultado de esa creciente acumulación de conocimientos se llama cultura”. Mediante el lenguaje escrito, precisamente, se trasmite de manera formal esta síntesis y expresión cultural de la sociedad. Desde sus



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

orígenes, la escritura tuvo gran poder, ya fuera por el uso y concentración del conocimiento o por ser un mecanismo para llegar tanto a las masas como a las comunidades científicas. Coincidimos con la idea, entonces, de que “el gran poder del hombre es el poder de la palabra” (Silva Camarena, 2004).

Así, Rios Szalay, (2011) expone que el hecho de que el conocimiento teórico se exprese de forma necesaria por escrito, es vital no solo para el propio existir de la ciencia sino también para su desarrollo, ya que con él, se posibilita que el pensamiento de un autor sea ampliamente difundido, y que a la vez permite que sea analizado críticamente por aquellos que se esfuerzan por avanzar en el conocimiento mediante la investigación.

“... Siendo pues el lenguaje un instrumento vital del conocimiento científico – que le permite existir, comunicarse y recrearse –, su cultivo exige pulimento, no solamente por razones estéticas, sino porque en caso de negligencia en su empleo se estaría actuando en contra del propio espíritu de la ciencia...” (Rios Szalay, 2011)

En la actual sociedad del conocimiento, sin duda, la palabra escrita ha sido la herramienta fundamental para plasmar el avance mismo de la civilización, pero además también puede haber significado, la inspiración y fuente de la creación del nuevo conocimiento. Según Pérez Tornero, la sociedad actual exige una lectura y escritura basada en nuevos medios, con la cual no solo se pueda conversar, si no también, analizar. (Pérez, 1997). De dicho análisis se crea conocimiento, no sólo en cuanto al ejercicio propio de quién realizando abstracción plasma ideas nuevas a partir de lo analizado, sino también, en el proceso en el que socializan dichas ideas, ya que en ese intercambio es donde se genera el conocimiento mismo. Es indivisible el uso de la palabra escrita de la generación de nuevos conocimientos. El poder de la palabra es, a la vez, el poder de la razón. (Silva Camarena, 2004)

El lenguaje escrito, no sólo ha representado el medio más importante de comunicación formal, sino una manera de llegar a muchas más personas, en cierto sentido, ha servido para democratizar el conocimiento y la ciencia, que en buena parte de la historia de la humanidad fue privilegio de elites pensantes muy específicas. Como bien expresa Daniel Cassany, “Buena parte de lo que somos es gracias a las tecnologías que hemos desarrollado. La primera fue el habla, que nos permitió organizarnos; después llegó la escritura que nos permitió desarrollarnos democráticamente, científicamente.” (Montaño Garfías, 2003). En ese sentido, en el ámbito académico y científico, es necesario discutir, que tan pertinente es el uso del lenguaje escrito; o bien, si debe seguir siendo usada sólo

por una elite pensante o debe difundirse lo más democráticamente posible. El mismo autor, en ese sentido, tanto de la forma cómo del fondo, concluye al respecto, y coincidimos en ello, qué: “A mayor sencillez al momento de escribir, mayor democracia” (Montaño Garfías, 2003).

Principales características del lenguaje escrito

Lo primero que se considera al pretender utilizar de manera correcta el lenguaje escrito es su pertinencia, su claridad y su precisión. En ese sentido, es indivisible el uso del lenguaje en la generación de conocimiento, de hecho; “el lenguaje está ligado necesariamente al conocimiento”. (Morales Morales, 2004). Ya sea a través del lenguaje hablado o escrito, la expresión y comunicación de lo que se piensa y siente es trascendente, se convierte necesariamente en conocimiento. La escritura vincula el de cualquier ejercicio de comunicación que pensar con el escribir, deriva la necesaria y estrecha relación entre contenido y forma, que todo redactor debe valorar como prioritaria y como eje se pretenda realizar. (Salazar Duque, 1999).

Como hace mención Silva Camarena:

“...hablar, actuar y pensar son una y la misma cosa: las palabras de alguien que actúa y piensa; el pensamiento que en la acción misma se formula con palabras; la acción que toma cuerpo en actos, pensamientos y palabras. Las palabras, las acciones y el pensamiento no son partes aisladas y distintas de lo que somos.” (Silva Camarena, 2004)

No se puede escribir sin articular las ideas, antes de hablar se tiene que pensar claramente que se quiere decir; y de este modo, buscar la mejor manera para redactarlo, para que todas la ideas sean claras, tengan estructura y tengan lógica. Uno no nace sabiendo escribir, es a través de los años que el individuo se forma para adquirir los conocimientos necesarios para llevar a cabo este proceso. De este modo, cada uno adquiere lenguajes que permitan el mejor desarrollo de esto, según Henao y Castañeda, “el dominio del lenguaje es esencial por esto la lectura y la escritura cumplen un papel relevante en los procesos académicos y en el desarrollo de la capacidad intelectual...” (Henao & Castañeda, 2001)

El lenguaje escrito aglutina la posibilidad de expresar lo que se piensa, lo que se crea, a través de un proceso lógico. Dicho proceso, “conjuga conocimientos, recolección de información pertinente, seguridad personal, humildad y dedicación para planear, escribir, revisar y corregir” (Moreno, Marthe, & Rebolledo, 2010).



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

El lenguaje escrito evoluciona tanto como el propio conocimiento, ya no es de uso exclusivo de especialistas, sino de uso cada vez más común. Hoy en día, “...escribir no se percibe hoy como una carga tediosa. Quizá, las generaciones del siglo pasado así lo consideraron, pero con la llegada del correo electrónico y el “chateo” se ha roto el mito” (Moreno, Marthe, & Rebolledo, 2010).

El reto de las nuevas tecnologías en el lenguaje escrito implica conciliar la complejidad de la ciencia con la expresión de las ideas en formas cada vez más simples. “La cuestión ahora consiste en dar el salto de los niveles de comunicación escrita de estilo familiar –que transcribe el habla oral- a rangos propios de los textos serios y complejos como los académicos y los científicos, en los que la importancia de los asuntos exige utilizar palabras y conceptos nuevos, además de mejorar la redacción sin perder la soltura y la claridad indispensables ni el placer de expresarse con naturalidad”. (Moreno, Marthe, & Rebolledo, 2010) Es necesario para lograr dicho cometido respetar la claridad y la precisión como ejes rectores en la comunicación escrita, son características que en el último de los casos reflejan pensamientos ordenados y lógicos de manera puntual.

Características de los textos académicos y científicos

Aunque existe un gran debate sobre la necesidad o no, de que los textos académicos y científicos utilicen un lenguaje más cercano a la gente, en este documento, partimos de la idea democratizadora del conocimiento y la necesidad de que el conocimiento llegue a más personas; compartimos los conceptos al respecto del maestro Sánchez Upegui, quién menciona qué; en textos académicos y científicos el “...uso de metáfora para crear un placer estético y seducir al lector, está orientada, a hacer que el pensamiento, las sensaciones, las atmosferas y los conceptos sean comunicables, comprensibles y cercanos al público.” (Sánchez Upegui, 2009). En este sentido, para que los textos sean comprendidos y cercanos, es necesario conocer las reglas y características de una buena redacción, se pueden mencionar como características generales o esenciales en todo texto escrito las siguientes; claridad, concisión, sencillez (Salazar Duque, 1999).

De manera general, Bloomfield plantea algunos rasgos generales del lenguaje científico; la brevedad, la precisión, eficacia comunicativa y su expresión por escrito. (Bloomfield, 1973) A través de la precisión se puede eliminar la ambigüedad, la brevedad es necesaria en cuanto que el uso de lenguaje técnico permite abreviar el habla y

puede generar mayor precisión lo cual permite una mejor comunicación entre el autor y sus lectores.

Algunos autores, señalan otras características específicas del texto académico o científico; entre otras; objetividad, estructura argumentativa, intertextualidad. (Fernández Fastuca & Bressia, 2009). Por supuesto que la claridad, sencillez, concisión, objetividad, estructura e intertextualidad no se podrían lograr sin el debido cuidado en la lógica misma del pensamiento; cómo menciona Silva Camarena, esto se logra; “bajo una rigurosa vigilancia lógica y gramatical” (Silva Camarena, 2004). Lo anterior sirve para aclarar el hecho de que la democratización del conocimiento no implica falta de rigor o relajamiento en su composición. Más bien, es necesario precisar que los textos científicos y académicos, centran su importancia precisamente en la posibilidad de transmitir a través del mismo, lo pensado, lo creado.

Desde la visión positivista de la ciencia, algunos autores como Bloomfield señalan seis elementos que constituyen un trabajo o discurso científico; “observación, informe de las observaciones, hipótesis, cálculo, predicción y comprobación” (Bloomfield, 1973). Se puede señalar que dichos elementos caracterizan y distinguen a dichos trabajos de otro tipo de textos.

Existen pues, diferencias entre el uso del lenguaje escrito como fines de comunicación y divulgación con el utilizado para fines científicos. Señala atinadamente Silva Camarena; “El texto, si lo hay, es sólo un medio de comunicación; en la ciencia, en cambio, es lo fundamental. *Lo que pasa* es lo más importante para el saber práctico. Después, como tarea complementaria, se puede poner por escrito. *Lo que pasa*, en la ciencia, pasa *textualmente*. En ella sólo es importante lo *pensado* en lo escrito. El texto es todo.” (Silva Camarena, La ciencia: un asunto de palabras., 2004) De ahí, la importancia de que al utilizar el lenguaje escrito, se cuiden no sólo sus características generales y específicas, sino también el contenido y el camino a través del cual se generó dicho conocimiento.

Lenguaje y la redacción en el trabajo académico

Existe consenso entre especialistas en respetar las características mínimas formales y metodológicas que deben contener los textos académicos – científicos. Sin embargo, se ha privilegiado la forma por encima del fondo, a menudo se descuidan aspectos importantes como una buena redacción, el uso adecuado de la retórica y sobre todo el respeto a ciertos elementos lingüísticos importantes.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

En la actualidad existe una marcada tendencia a producir de forma rápida y consistente textos para que los académicos cumplan con criterios de evaluación y participación en foros de expertos y del Sistema Nacional de Investigadores (SNI). Parece que se privilegia la cantidad por la calidad, a menudo es frecuente encontrar textos académicos y científicos, que si bien cumplen con los requisitos establecidos en revistas, foros y convocatorias, también es notorio el descuido, desdén y también carencia de respeto por el lenguaje, y en si, por el respeto a la buena redacción.

Lo anterior, es el reflejo de la baja productividad en artículos producidos y citas en textos científicos, según Rivas Tovar, “ha sido pobre tanto en número como en impacto”, y “no existe correlación entre los campos más estudiados de posgrado y la inversión”. (Rivas, 2004) Por supuesto, lo anterior es tema de otra discusión, y da para desarrollar toda una investigación al respecto, pero es visible que en el afán de mejorar dichos números, a menudo se descuida no sólo el rigor en la generación de conocimiento, sino también en la redacción misma de los textos.

Sin embargo, como menciona Silva Camarena “Un texto bien escrito permite ver bien lo real. La gracia de un texto bien hecho consiste en mostrar las cosas tal como son.” (Silva Camarena, 2004), con esto se puede demostrar que es imprescindible tener en cuenta que una buena lectura y escritura harán del escritor mismo un ser con múltiples habilidades y convecciones lingüísticas. Es parte de la formación tanto del académico como del investigador, desarrollar textos acordes al conocimiento generado, si se piensa correctamente, se escribe correctamente.

Para que se genere un buen texto es importante pulir la investigación, Silva Camarena lo ejemplifica de la siguiente manera:

“En el taller del pensamiento se trabajan los textos, sus palabras y sus razonamientos, en un proceso semejante y sus razonamientos, en un proceso semejante al que convierte el carbono cristalizado de un diamante en un espléndido brillante, tallando sus facetas por el haz y el envés. Lo escrito se deja pulimentar, como se pulen rústicos caracteres.” (Silva Camarena, 2004).

Es necesario respetar el lenguaje escrito, ya que no sólo será el reflejo del trabajo académico y científico bien hecho, además permite mejorar la comunicación entre pares y con la sociedad en general.

Por supuesto un texto académico refleja un discurso, una tesis, una postura; en ella van implícitas al

menos tres dimensiones; el uso del lenguaje, la comunicación de creencias y la interacción en situaciones de índole social. (Van Dijk, 2003) En este sentido, el lenguaje juega el papel de vehículo para la interacción entre el autor y el lector, es también un objeto que permite registrar de manera consistente las ideas a través del lenguaje hablado y escrito. A través de su texto, el autor no sólo expone sus ideas y sus creencias, sino que pone a disposición de la comunidad científica su creación para que la valoren y en cierta medida la validan, de ahí la necesidad de claridad y precisión en el uso del lenguaje, queda para la posteridad. Por eso, el autor en cada texto deja un precedente de su trabajo, “en el mundo académico y científico, el intelectual siempre arriesga su prestigio ante la comunidad científica, lo que debe gustarle como justificación para buscar, de forma lúdica y permanente, el mejoramiento de sus habilidades comunicativas, en especial de la comunicación escrita, porque “lo escrito, escrito esta”. (Moreno, Marthe, & Rebolledo, Cómo escribir textos académico según normas internacionales., 2010)

El lector podrá tener una mejor comprensión de los textos, permitiendo con esto el desarrollo de habilidades cognitivas, que le permitieran adquirir conocimiento.

La comprensión del texto es vital, esto llevará al lector a hacerse preguntas, buscando respuestas. Silva Camarena, lo cita de la siguiente manera:

“Para saber hay que preguntar. Preguntar consiste en articular las interrogaciones de la razón mediante palabras. Hacer ciencia es plantear preguntas y formular respuestas utilizando palabras.” (Silva Camarena, 2004)

Lo anterior plantea condiciones mínimas que deben considerarse en la redacción de textos académicos – científicos; con respecto al buen uso de la lingüística se consideran otros. En primera instancia se considera el papel del investigador, aquí es importante que el texto sea claro no sólo en el tema, sino también plasme de manera precisa las convicciones propias de autor, su mensaje, análisis, su opinión particular. Para lograr lo anterior, el texto mismo debe realizarse con el rigor necesario que garantice que ante la exposición con los pares, ante sus lectores, su comunidad científica, alcance la validez necesaria. Un texto bien construido en forma y fondo, debe resultar creíble, consistente entre sus evaluadores lectores. Como recomienda Cisneros, un artículo de investigación propone tres retos importantes; Primero, la construcción de la imagen propia del investigador, el texto enmarca su



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

posición frente a sus lectores, después, la construcción de la imagen de su lector, es decir a quién va dirigido, con qué características, y por último la imagen que busca proyectar sobre su propio trabajo en el texto. (Cisneros Estupiñán, 2012). Dichas condiciones en general, permiten caracterizar de manera mínima las condiciones adecuadas de un texto académico científico. Si bien, no es una receta, ni un manual, ni mucho menos; el planteamiento consiste sencillamente en hacer una reflexión sobre la necesidad de mejorar el uso del lenguaje escrito.

El lenguaje escrito y su importancia en la publicación de artículos científicos.

La investigación del tipo científico y la publicación de un artículo científico son actividades que se encuentran íntimamente relacionadas. Así, la investigación concluye su proceso cuando se obtienen los resultados y se plasma en un informe de trabajo. Para Ramos Castillo, (2006) la investigación realmente termina con la publicación de un artículo en una revista científica, ya que solo así su contribución pasa a formar parte del conocimiento científico.

Los investigadores buscan publicar la mayor cantidad de artículos en revistas arbitradas, con la mejor calidad posible en el menor tiempo posible, y que su calidad se juzga a través de su novedad, importancia, corrección y legibilidad (Zapata & Velásquez, 2008).

En ese sentido, Rivas Tovar, plantea que de acuerdo los criterios del Institute for Scientific Information, la productividad en México ha sido pobre, tanto en número de publicaciones como en el impacto, y no existe una correlación entre lo que se invierte y lo que se genera. (Rivas, T.L.,2004)

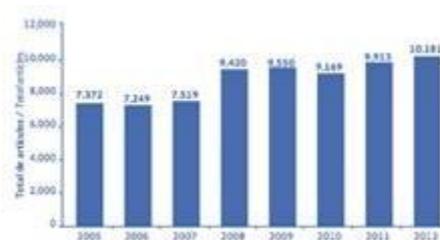
Es importante subrayar que dicha baja de productividad tiene una relación importante con los procesos de arbitraje y revisión entre pares, no sólo es importante generar nuevo conocimiento, sino también cubrir los requisitos para su publicación en los estándares internacionales consensuados.

En ese mismo sentido, Sense about Science, realizó en 2009 una encuesta con cuatro mil 037 autores; en la cual se detectó que, en el 78 por ciento de los casos, los autores vieron rechazado su último artículo publicado antes de ser aceptado. Los motivos pueden ser variados, pero son consistentes los problemas de estructura y el cumplimiento de los estándares internacionales para publicaciones arbitradas. El mismo estudio, arrojó que el 22 por ciento, publicó en su revista de primera elección, mientras que 51% de los encuestados vió aceptado el artículo por la revista de segunda elección y

27% de autores tuvo que enviar su manuscrito a más de dos revistas (Conacyt, 2016)

Por parte, Sánchez (2015) refiere que el número de publicaciones de artículos científicos en México, de 2007 al 2012 creció alrededor del 40% de acuerdo con el documento de Indicadores de Actividades Científicas. Según el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, la publicación de artículos científicos de investigadores mexicanos paso de siete mil trescientos setenta y dos que existían en el año 2007 a diez mil ciento ochenta y uno en el año dos mil diez. Según Narvaez, (2015) se puede observar un crecimiento consistente en el número de publicaciones realizadas por mexicanos.

Figura 1.- Total de artículos publicados por científicos mexicanos.



Fuente: Conacyt 2015

Pero dicho crecimiento trae consigo una serie de retos, de acuerdo con Narvaez, (2015) quién expone que el número todavía es menor, y que existen muchos trabajos que se quedan sin publicar por distintos motivos, lo cual es signo de un alto rechazó a los reportes de investigación por parte de editoriales científicas. Según Jill Hawthorne, directora adjunta de Desarrollo Internacional de la editorial científica Willey, la selección de la revista adecuada debiera ser el primer paso importante para el éxito en el proceso de publicación, porque al hacerlo, se eligen los requisitos que se deben cumplir para publicar, sin embargo, una de las causas más recurrentes en la aceptación o rechazo de un trabajo, es que los manuscritos pasan por una revisión de contenido y otra de estilo en donde se consideran problemas serios de redacción que puede dificultar la revisión de pares y aspectos mercadológicos (Conacyt, 2016).

Dentro de los principales motivos de rechazo se encuentra la mala escritura. La probabilidad de rechazo aumenta cuando hay pasajes ambiguos y errores ortográficos, entre otros problemas de escritura. (Conacyt, 2016) Para las revistas especializadas, cuando un manuscrito está mal



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

estructurado se considera un error grave, por lo que es importante seguir una secuencia lógica en la exposición de los conceptos y datos.

Para Zapata y Velásquez (2007), los principales motivos de rechazo de los artículos y consecuencias que se han ido detectando son:

- Mal dominio del artículo
- Revisión de literatura errónea, que desvía la investigación.
- Objetivos mal planteados que traen como consecuencia; resultados erróneos, poca satisfacción al lector y que no genera solución, ni nuevas líneas de investigación.

De acuerdo con Mendoza y Paravic, (2006) en base a criterios aceptados en los circuitos científicos y de investigación, los artículos son rechazados o bien no publicados, porque las mediciones actuales para la producción científica están monopolizadas y centralizadas en los países desarrollados, en donde se producen más artículos, ya que tienen un mayor acceso a la información que los países en vías de desarrollo, además, estos países por el simple hecho de estar en esta clasificación, tienen menor prestigio las publicaciones que generan, según las clasificadoras de artículos de investigación, como lo es, Institute for Scientific Information (ISI), (Buela-Casal, 2003) en la que se consideran parámetros como el impacto y el idioma, medidos por el número de veces en que la investigación es citada y en donde el idioma “ideal” es el inglés.

Dichos parámetros han traído como consecuencia que muchas investigaciones con relevancia, pero de países en desarrollo no obtengan la atención necesaria para su publicación en revistas internacionales, dejándoles como opción la publicación en revistas locales, regionales que a menudo no cuentan con el arbitraje idóneo o al menos a la par de revistas especializadas.

Otro motivo de rezago en la producción tiene que ver con que los investigadores de origen hispano y latinoamericano no publiquen en revistas de prestigio académico por el hecho de no utilizar el idioma requerido, lo cual muestra limitaciones en la formación de investigadores, al acceso de información internacional, herramientas de investigación, espacios adecuados para la búsqueda de información y el tiempo necesario, además de financiamiento bajo o nulo para realizar investigación.

Tabla 1.- Ranking de producción de documentos científicos a nivel global (2015).

| Rank | Country | Documents | Citable documents | Citations | Self-citations | Citations per document |
|------|----------------|-----------|-------------------|-----------|----------------|------------------------|
| 1 | United States | 9360233 | 8456050 | 202750565 | 94596521 | 21.66 |
| 2 | China | 4076414 | 4017123 | 24175067 | 13297607 | 5.93 |
| 3 | United Kingdom | 2624530 | 2272675 | 50790508 | 11763338 | 19.35 |
| 4 | Germany | 2365108 | 2207765 | 40951616 | 10294248 | 17.31 |
| 14 | Netherlands | 746289 | 682627 | 16594528 | 2639487 | 22.24 |
| 15 | Brazil | 669280 | 639527 | 5998898 | 2007696 | 8.96 |
| 29 | Mexico | 232828 | 221611 | 2305554 | 469296 | 9.9 |
| 30 | Norway | 229276 | 209259 | 3951661 | 606499 | 17.24 |

Fuente: Recuperado de (Scimago Journal & County Rank,2015).

En relación con lo anterior, y de acuerdo con el ranking de producción de documentos científicos a nivel global (2015), Estados Unidos de América se encuentra en la posición número 1 en publicación e impacto de artículos científicos, seguido de China, Reino unido y Alemania, siendo éstos, países de mayor peso a nivel mundial y dejando a países hispanohablantes y latinoamericanos en posiciones bajas, como Brasil en la numero 15 y México en la 29 (tabla 1), países con menor peso mundial, y que a pesar de que son los dos primeros países en el ranking a nivel Latinoamérica siguen teniendo poca “visibilidad” sus publicaciones, ya que, aunque publican en universidades de prestigio, siguen siendo de forma periférica o local (Ugarte,2004).

Según resultados de estudios publicados por Rubriq en 2011, de los tres millones 360 mil 207 artículos enviados a revistas científicas, técnicas y médicas (en inglés), un millón 344 mil noventa y nueve fueron aceptados (40%), 705 mil seiscientos cincuenta y dos fueron rechazados sin entrar en la revisión de pares (21%) y un millón 310 mil cuatrocientos noventa y seis fueron rechazados después de la revisión por pares (39%).

Como se puede notar, no basta que un trabajo de investigación, cumpla con el elemento de ser pertinente y relevante, además de cumplir con un rigor científico que le



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

permita ser considerado para su publicación. También es necesario que cuente con un lenguaje, claro, preciso y estructurado que permita en un primer paso el poder ser revisado por pares académicos y en segundo con su difusión pueda ser accesible para la sociedad en cuanto al lenguaje con el que se encuentra escrito, tener los recursos adecuados para desarrollar la investigación y que el artículo cuente con las medidas que las revistas especializadas soliciten

Es importante también, mejorar los arbitrajes para que al recibir la retroalimentación y críticas, se mejore el contenido de la investigación y se contribuya al crecimiento académico de los autores, a la par de cuidar y mejorar la reputación y prestigio del investigador. También es necesario explorar nuevas alternativas que legitimen y democratizen la evaluación y arbitraje de las publicaciones científicas, en ese sentido la colaboración entre instituciones es una opción viable.

Conclusiones

El uso correcto del lenguaje, es la herramienta precisa a través de la cual se pueden difundir avances que en materia de generación y actualización de conocimiento sirven al desarrollo de la ciencia.

Como se ha puesto de manifiesto a lo largo del presente trabajo, la culminación de cualquier trabajo de investigación se encuentra en la búsqueda de su publicación en alguna revista de carácter científico. Sin embargo, para lograr su publicación, es necesario cumplir con ciertos criterios que den la certeza respecto de la validez y fiabilidad de los resultados de investigación.

Existe un problema de baja productividad en publicaciones de calidad en los circuitos científicos y académicos en México y Latinoamérica en relación con el circuito de países líderes en la generación de conocimiento, que se ven acrecentados con el monopolio y centralización en la evaluación y arbitraje de lo que debe ser publicado, lo que trae como consecuencia que se dejen fuera investigaciones con relevancia, pero que al ser de países en vías desarrollo, no obtienen la atención necesaria para su publicación.

Es necesario que países en vías de desarrollo publiquen artículos de alta calidad y que además cuenten con el arbitraje idóneo de revistas especializadas. Los investigadores de origen hispano y latinoamericano deben buscar trascender más allá de publicaciones locales, o periféricas (por lo regular en universidades) y de preferencia de forma internacional. Si bien, el menor

acceso a información internacional, herramientas de investigación, espacios adecuados para la búsqueda de información y el tiempo necesario es un problema aunado a financiamientos bajos o nulos para realizar investigación, es necesario que a través de la colaboración se busquen alianzas que permitan mejorar los circuitos de evaluación y arbitraje para incluir mucha de la producción científica que ha venido quedando fuera por los motivos ya descritos.

En ese sentido, se concluye que el lenguaje escrito juega un papel fundamental para el logro de la publicación de un manuscrito en una revista de carácter científico. Como es de notar, una adecuada estructura de las ideas, sumado al uso de una terminología adecuada, al uso del idioma adecuado para su publicación, el respeto de los elementos del lenguaje escrito, serán requisito *sine qua non*, para lograr la aceptación en cualquier editorial científica, y con ello lograr su publicación.

Quedan abiertas interrogantes que plantean mayor profundidad de análisis sobre el tema y que.

¿Cómo posibilitar un cambio de paradigma en la comunicación académica internacional, que permita que las publicaciones científicas de los países en desarrollo ocupen un papel más importante, a pesar de las carencias estructurales evidentes?

¿Por qué la comunidad científica local presenta retrasos considerables en la utilización correcta del lenguaje y de la estructura científica internacional?

¿Toda la producción académica tiene que ser eventualmente evaluada bajo los mismos criterios a pesar de sus diferencias principalmente culturales?

¿En qué medida la comunidad científica y la ciencia en general están condicionadas por las limitaciones del formato actual de evaluación?

Referencias bibliográficas

- Cisneros Estupiñán, M. (2012). *Redacción y publicación de artículos científicos: enfoque discursivo*. Ecoe Ediciones.
- Bloomfield, L. (1973). *Aspectos lingüísticos de la ciencia* (10a ed.). Madrid: Taller de Ediciones Josefina Betancor.
- Buela-Casal, G. (2003). Evaluación de la calidad de los artículos y las revistas científicas : Propuesta del factor de impacto ponderado y de un índice de calidad. *Psicothema*, 15 (1), 23-35.
- Fernández Fastuca, L., & Bressia, R. (2009). Definiciones y características de los principales tipos de texto. *Facultad de Psicología y Educación. Departamento de Educación*.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Henao, J., & Castañeda, L. (2001). La lectura en la educación superior: resultados de una investigación. Medellín: Universidad de Antioquia.

Montaño Garfías, E. (24 de Agosto de 2003). Discursos Calor fomentan la democracia. *La Jornada*.

Morales Morales, M. J. (2004). Lenguajes y conocimiento común especializado. *Revista Interam. Bibliot. Medellin* (27).

Moreno, F., Marthe, N., & Rebolledo, L. A. (2010). *Cómo escribir textos académicos según normas internacionales*. APA, IEEE, MLA, VANCOUVER e ICONTEC. Colombia: Universidad del Norte.

Moreno, F., Marthe, N., & Rebolledo, L. A. (2010). *Cómo escribir textos académico según normas internacionales*. Barranquilla: Uninorte.

Narvaez, M. (14 de octubre de 2015). *¿Por qué rechazaron mi artículo científico?* Obtenido de CONACYT: <http://www.conacytprensa.mx/index.php/sociedad/politica-cientifica/3383-motivos-de-rechazo-en-revistas-cientificas>

Pérez, J. (1997). *De la escritura a la hipermedia: la nueva competencia comunicativa. Signos, teoría y práctica de la educación*.

Ramos Castillo, J. R. (2006). Revistas Científicas estudiantiles: rol e importancia de su difusión electrónica. *CIMEL Ciencia e Investigación Médica Estudiantil Latinoamericana*, 54-57.

Rios Szalay, J. (2011). *Contribución al estudio de la naturaleza y problemática fundamental del lenguaje teórico organizacional*. México, D.F.

Rivas, T. L. (2004). *¿Cómo hacer una tesis de Maestría?* México: Ediciones Taller Abierto.

Sánchez Upegui, A. A. (2009). Escritura científica y literaria: comunicar la novedad del mundo. *Revista Virtual Universidad católica del Norte* (28).

Salazar Duque, A. (27 de Enero de 1999). La redacción: concepto, características, sus fases. *UAM Xochimilco*.

Sanchez, V. (5 de octubre de 2015). CONACYT. Recuperado el 29 de julio de 2016, de <http://conacytprensa.mx/index.php/sociedad/politicacientifica/3197-aumenta-el-impacto-cientifico-de-mexico>

Silva Camarena, J. M. (2004). La ciencia: un asunto de palabras. *Contaduría y Administración* (212), 5-24.

Silva Camarena, J. M. (2004). La ciencia: un asunto de palabras. *Revista Contaduría y Administración* (212).

SJR. (2015). Scimago Journal & Country Rank.

Obtenido de Scimago jr:
<http://www.scimagojr.com/countryrank.php>

Tohaira, M. (2010). El Arte de Investigar. En S. Castro, & A. Marcos, *Arte y ciencia:mundo convergentes* (págs. 326333). España: Plaza y Valdés, S.L.

Ugarte, P.F. (2004). La edición de revistas científicas en Latinoamérica. *Revista Chilena de pediatría*, 75(6), 509511.

Van Dijk, T. A. (2003). El discurso como estructura y proceso. Estudios sobre el discurso I. Una introducción interdisciplinaria. *El estudio del discurso*.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La comunicación institucional y la responsabilidad social de la institución universitaria

Área temática: Educación y nuevas perspectivas empresariales

Nombre completo de autor(es): Mtro. Francisco Muratore, Mtra. Gabriela Moyano, Mtro. Marcelino Ledesma, Mtro. Sergio Zamora, M. en C. Laura Cecilia Méndez Guevara

Institución de procedencia:, Universidad Nacional de Santiago del Estero Argentina, Universidad Católica de Santiago del Estero. Universidad Autónoma del Estado de México

Número(s) telefónico(s) y Correo(s) electrónico(s). Tel. 01 592 92 45405, lceci_1@yahoo.com.mx fmuratore.unse.ar,
gmoyano@gmail.com



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La Comunicación Institucional y la Responsabilidad Social de la Institución Universitaria

Resumen: *La Responsabilidad Social vinculada a las instituciones de todo tipo es un concepto que actualmente se presenta con la necesidad de ser comprendido, reflexionado e implementado. Probablemente como fruto de un crecimiento en la conciencia social y de la necesidad de colaborar, desde el lugar que cada organización ocupa, para superar las problemáticas de comunidades, poblaciones y personas en situación de vulnerabilidad o hacer aportes para el desarrollo. Lograr que la Responsabilidad Social que encarna la universidad forme parte de su identidad es una premisa con las que se debería construir la visión de la universidad que se quiere construir. Orientados a conocer el conocimiento que los miembros de la Facultad de Humanidades, Ciencias Sociales y de la Salud poseen en relación a las acciones enmarcadas en la RSU, se llevó a cabo una encuesta en uno de los actores principales de la vida universitaria, los docentes.*

Abstract: *Social Responsibility linked to institutions of all kinds is a concept that currently comes with the need to be understood, reflected and implemented. Probably as a result of growth in social awareness and the need to work from the place that each organization concerned, to overcome the problems of communities, populations and vulnerable people or make contributions to the development. Making Social Responsibility embodies the university is part of their identity is a premise with which they should build a vision of the university to be built. Oriented knowledge to know that members of the Faculty of Humanities, Social Sciences and Health have in relation to actions under the RSU, conducted a survey in one of the main actors in university life, teachers .* **Palabras clave:** Responsabilidad Social Universitaria/Comunicación/Identidad

Introducción

La Responsabilidad Social vinculada a las instituciones de todo tipo es un concepto que actualmente se presenta con la necesidad de ser comprendido, reflexionado e implementado. Probablemente como fruto de un crecimiento en la conciencia social y de la necesidad de colaborar, desde el lugar que cada organización ocupa, para superar las problemáticas de comunidades, poblaciones y personas en situación de vulnerabilidad o hacer aportes para el desarrollo.

Son cada vez más las organizaciones públicas y privadas que incorporan objetivos vinculados a abordar entre sus preocupaciones el aporte a la sociedad, a través del planteo de acciones de RS. Las universidades también.

Por muchos años, los resultados de investigaciones, estudios, encuestas, etc, quedaban confinados hacia el interior del ámbito académico, con muy poca o nula socialización de los resultados obtenidos o de los logros alcanzados. Hoy en día la realidad es otra. Las universidades son conscientes de la importancia de dar a conocer lo que se produce en sus claustros.

Presentaciones de libros, exposiciones de trabajos finales de grado, encuentros de investigadores, publicaciones periódicas impresas o digitales, presencia en redes sociales y medios de comunicación, interacción con comunidades extra académicas, son algunas de las acciones que se llevan adelante con cierto rigor de periodicidad.

Todo ello, requiere de procesos comunicativos en los que es fundamental tomar en cuenta los diferentes factores que intervienen para el logro del objetivo propuesto. Y todos ellos se entrelazan con la relativamente novel RSU y su influencia en la consolidación de la identidad institucional.

El presente artículo expone sucintamente una de las miradas que surgen del análisis de los datos obtenidos en la encuesta aplicada en el marco del proyecto de investigación sobre Responsabilidad Social Universitaria de la Facultad de Humanidades, Ciencias Sociales y de la Salud de la UNSE.

RSU e Identidad Institucional

La aplicación de la RSU implica conocer el entorno en el que se desenvuelve la universidad y de qué manera su sola existencia y accionar lo impacta. Reconocer los efectos negativos que la institución puede generar su contexto,



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

hacerlos conscientes, es el punto de partida para definir acciones socialmente responsables.

De esta manera, la universidad logrará una relación estrecha con su medio social inmediato a la vez que podrá ser “identificada” por acciones que definen rasgos particulares, únicos y diferenciales de otras instituciones similares. La identidad de una organización es una construcción que se lleva adelante día a día y que está directamente vinculada con la visión que desde los mandos de gestión pudieran tener sobre los objetivos a corto, mediano y largo plazo. La Visión es uno de los rasgos distintivos de la filosofía de toda organización (Capriotti, 1999).

La filosofía organizacional, al decir de Capriotti (1999: 145), debe responder a las siguientes premisas: tiene que ser comunicable, debe ser útil, tiene que ser asumible y debe ser creíble.

Mirando la filosofía de la organización desde la aplicación de políticas que se traducen en acciones de Responsabilidad Social Universitaria, encontramos un punto de unión en la identificación de los factores que determinan una determinada cultura organizacional, en los que es posible observar aquellos de tipo sociológico, los de dirección y los de comunicación (Capriotti, 1999).

Tanto la filosofía como la cultura de una institución se ven influenciados por la RSU, que irá moldeando nuevos espacios, nuevas miradas, nuevas formas de hacer y ser la universidad.

Por ello, la Responsabilidad Social universitaria tiene que ser compartida, socializada, para lograr la adhesión de todos los actores institucionales. A la vez de definir acciones específicas para “evitar daños” (Vallaes, 2009) que genera la universidad, es fundamental darlas a conocer, para que estén informados tanto la sociedad en la que desenvuelve su accionar, como (y especialmente), los propios miembros institucionales.

Todas estas acciones definen la política de RSU que se encarna en el quehacer cotidiano, política que se traduce en la coherencia entre “lo que es”, “lo que dice que es” y “cómo es percibida” la universidad. Es decir, perfila su identidad.

Y lograr que la Responsabilidad Social que encarna la universidad forme parte de su identidad es una premisa con la que se debería construir la visión de la universidad que se quiere alcanzar. En relación a ello se puede argumentar lo propuesto por Francois Vallaes en cuanto a la reforma que debería encarar la universidad para generar un acercamiento a la RSU.

Cada uno de estos aspectos son llevados adelante por diferentes actores institucionales, muchas veces automotivados por la propia convicción o compromiso con la idea de universidad que desean, o bien, es posible advertir la impronta de la gestión de turno que se identifica o no con las acciones tendientes a la construcción continua de una organización de estudios superiores que sea coherente con los objetivos de la RSU.

En este sentido, el mismo autor sostiene que “la Responsabilidad Social Universitaria exige, desde una visión holística, articular las diversas partes de la institución en un proyecto de promoción social de principios éticos y de desarrollo social equitativo y sostenible, para la producción y transmisión de saberes responsables y la formación de profesionales ciudadanos igualmente responsables” (Vallaes, 2009).

Esta definición nos ubica en la consideración de una variable fundamental para llevar adelante la tarea de promoción de la RSU, tal cual es la promoción social, promoción entendida en el sentido de comunicación, que implica poner en conocimiento a los miembros de la comunidad universitaria de los aspectos observados en el esquema anterior, a la vez de ser coherentes con la filosofía corporativa de la institución.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

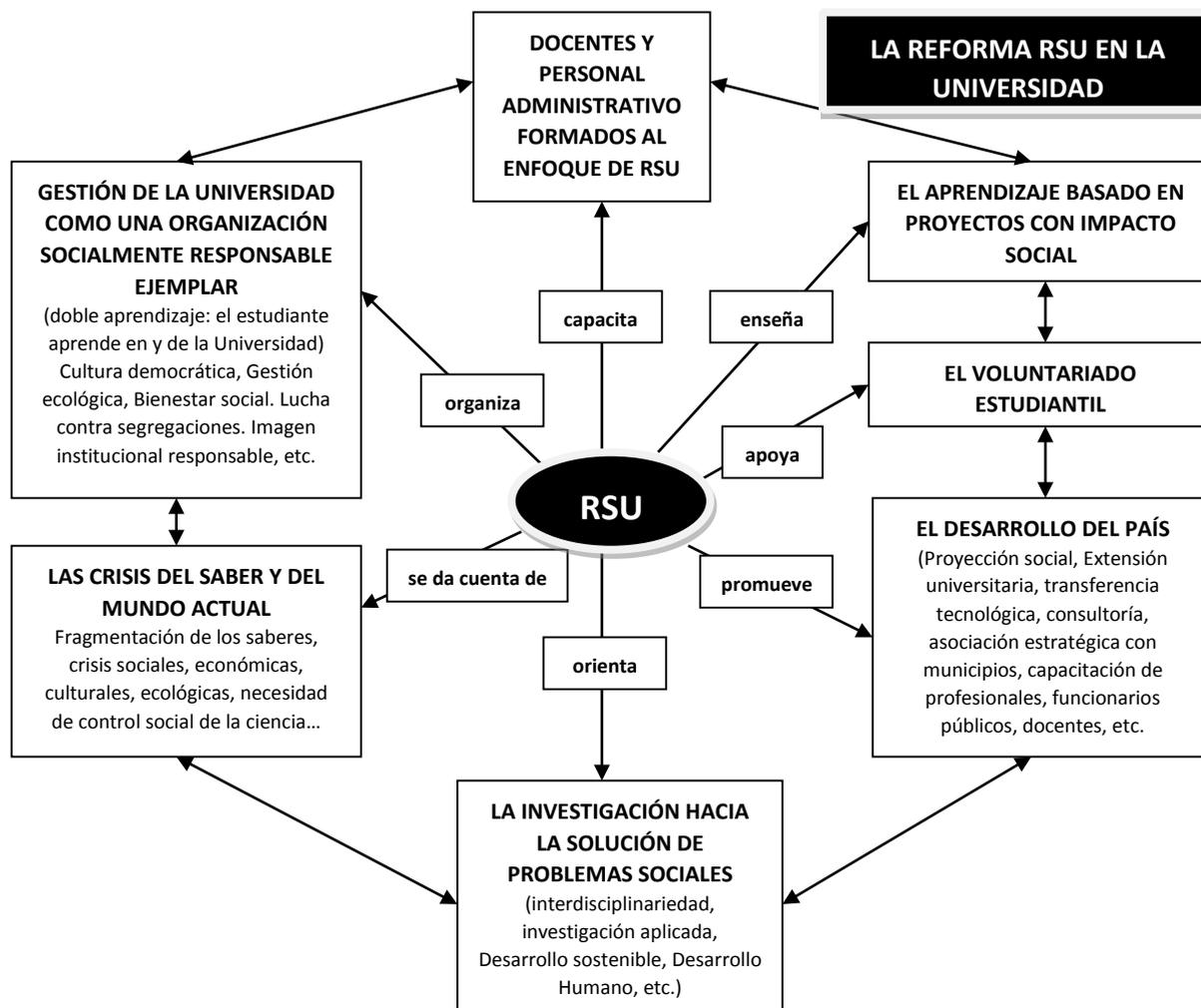


Figura 1: Esquema para visualizar el carácter global y central de la reforma universitaria deseada. Fuente: Vallaey, François ¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria? Pontificia Universidad Católica del Perú.

Indagación de la Responsabilidad Social Universitaria en la UNSE

Orientados a obtener información sobre el conocimiento que los miembros de la Facultad de Humanidades, Ciencias Sociales y de la Salud poseen en relación a las acciones enmarcadas en la RSU, desde el equipo de investigación sobre RSU, se llevó a cabo una encuesta en uno de los actores principales de la vida universitaria, los docentes.

Esta encuesta abordó preguntas vinculadas a diversos aspectos de la RSU, tales como la Adopción de principios éticos; La gestión medioambiental responsable; La participación social responsable; La formación académica socialmente responsable; La investigación socialmente útil y gestión social del conocimiento; entre otros.

Las respuestas obtenidas y la relación que se puede establecer en tanto conocimiento de la comunidad universitaria sobre las políticas de RSU implementadas en la universidad, señalan los puntos débiles que es necesario



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

reforzar a fin de lograr una consolidación de la identidad mencionada anteriormente.

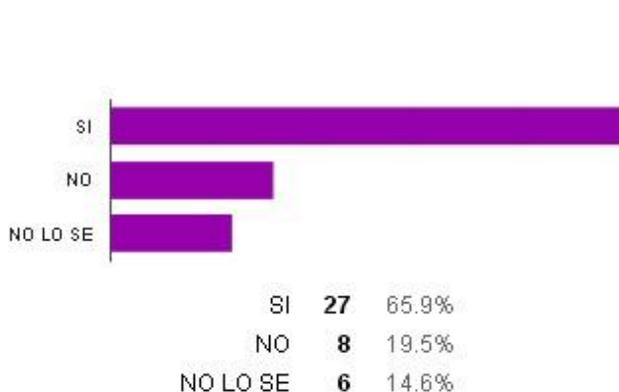
En cuanto a la *Adopción de principios éticos*, casi un 60% sostiene que los valores de la universidad existen de manera informal, estando poco incorporados a los procesos de trabajo. Este porcentaje tan alto podría indicar la necesidad de una formalización, mediante documentos escritos y debidamente socializados en relación a los valores definidos para abordar los procesos diarios en la universidad.

Figura 2: Los valores de la Universidad existen de manera informal, estando poco incorporados a los



procesos de trabajo. Fuente: Encuesta de Responsabilidad Social Universitaria para el proyecto de investigación Responsabilidad Social Universitaria. FHCSyS. 2014-2015

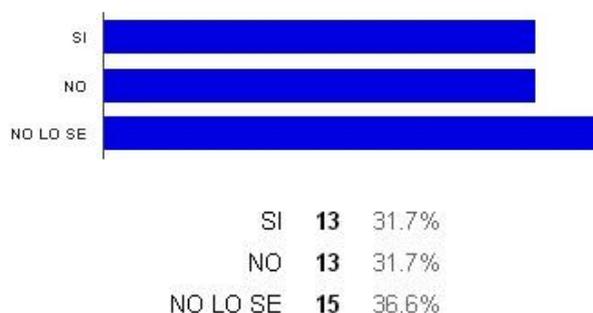
Consultados acerca de la gestión participativa y democrática en la universidad, si bien los docentes (60%) conocen que se rige por los estatutos para la designación de



autoridades y representaciones gremiales internas, también aseveran que *los responsables toman solos las decisiones que juzgan adecuadas*.

Figura 3: Se rige por los estatutos para la designación de las autoridades y representaciones gremiales internas pero los responsables toman solos las decisiones que juzgan adecuadas. Se brinda informaciones económico-financieras de la Universidad al personal. Fuente: Encuesta de Responsabilidad Social Universitaria para el proyecto de investigación Responsabilidad Social Universitaria. FHCSyS. 2014-2015

Paralelamente, casi el 40% de los encuestados desconoce si la Universidad, además de brindar informaciones, entrena al personal para que pueda comprenderlas y analizarlas. Asimismo, la mayoría sostiene que la Universidad no posee



un programa para estimular y reconocer sugerencias del personal administrativo, docente y los estudiantes para la mejoría de los procesos internos.





5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Figura 4: Además de brindar informaciones sobre la Universidad, se entrena al personal para que pueda comprenderlas y analizarlas. Se consulta a los principales afectados antes de tomar una decisión.

Fuente: Encuesta de Responsabilidad Social Universitaria para el proyecto de investigación Responsabilidad Social Universitaria. FHCSyS. 2014-2015

Figura 6: Existe una política explícita para el empleo de grupos poco representados o marginados (población indígena, minoría racial, personas con discapacidad física o mental, padres de familia mayores de 45 años, personas con VIH, ex convictos,

etc.). **Fuente:** Encuesta de Responsabilidad Social Universitaria para el proyecto de investigación Responsabilidad Social Universitaria. FHCSyS. 2014-2015

Figura 5: Además de brindar informaciones necesarias y entrenar al personal para su entendimiento, la Universidad posee un programa para estimular y conocer sugerencias del personal administrativo, docente y los estudiantes para la mejoría de los procesos internos. **Fuente:** Encuesta de Responsabilidad Social Universitaria para el proyecto de investigación Responsabilidad Social Universitaria.

FHCSyS. 2014-2015

Entre otras variables involucradas en la RSU, destacaremos aquellas donde los encuestados manifestaron desconocerlas. Así, podemos mencionar que un 45% no sabe si existe una *política explícita para el empleo de grupos poco representados o marginados*. Por su parte, un 50% sostuvo también no saber si existe una *política explícita para buscar equidad en la participación de hombres y mujeres en cargos gerenciales*.



| | | |
|----------|----|-------|
| SI | 10 | 24.4% |
| NO | 13 | 31.7% |
| NO LO SE | 18 | 43.9% |



| | | |
|----------|----|-------|
| SI | 9 | 22% |
| NO | 11 | 26.8% |
| NO LO SE | 21 | 51.2% |

Figura 7: Existe una política explícita para buscar equidad en la participación de hombres y mujeres en los cargos gerenciales. **Fuente:** Encuesta de Responsabilidad Social Universitaria para el proyecto de investigación Responsabilidad Social Universitaria. FHCSyS. 2014-2015

Es muy significativo el porcentaje de desconocimiento entre los docentes en lo vinculado a la *Gestión medioambiental responsable* ya que es el aspecto en el que mayor porcentaje respondieron no saber las políticas que la universidad tiene en este sentido.

Centrándonos en los datos obtenidos que se relacionan con la calidad y pertinencia social del conocimiento, un 40% está en desacuerdo en que *todos los actores de la comunidad académica conocen y tienen acceso a la información sobre las políticas de conocimiento que rigen la universidad*.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

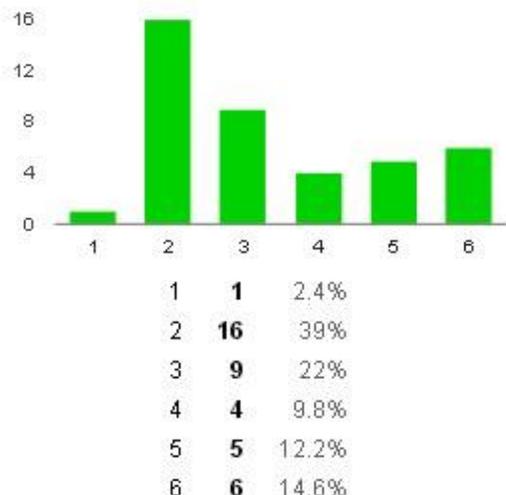


Figura 8: Todos los actores de la comunidad académica conocen y tienen acceso a la información sobre las políticas de conocimiento. Fuente: Encuesta de Responsabilidad Social Universitaria para el proyecto de investigación Responsabilidad Social Universitaria. FHCSyS. 2014-2015

Primeras aproximaciones a un análisis de la influencia de las acciones de RSU en la identidad universitaria

Analizando los datos arriba mencionados, podemos observar algunas cuestiones que nos permiten conocer el estado actual de la relación entre Responsabilidad Social Universitaria e identidad universitaria, que resultarían útiles para orientar la toma de decisiones en cuanto a la definición de estrategias de promoción social, difusión y socialización de las políticas de RSU. En primer lugar, queda visible la distancia existente entre la universidad formal y la informal, dominando esta última en la mirada de los partícipes de la vida universitaria.

¿A qué nos referimos con universidad formal e informal? La universidad formal es la que existe en las normas y documentos fundacionales y constitutivos de la universidad. Allí encontramos la definición de principios que regulan las acciones de docencia, investigación y extensión. La universidad informal es la que surge de las rutinas diarias, por fuera de lo normativamente establecido, íntimamente relacionadas con la subjetividad de los actores institucionales, tanto quienes trabajan como quienes reciben su servicio y quienes son afectados por su presencia. Ambos aspectos, el formal y el informal, contribuyen con la construcción de una imagen de la universidad.

Esta tensión presente entre lo formal y lo informal, puede ser reducida con la implementación de mecanismos para mantener permanentemente informados a los miembros de la comunidad universitaria.

En la UNSE se ha instalado la Dirección de Comunicación, dependiente del Rectorado, que lleva adelante múltiples estrategias para difundir las actividades científicas, académicas y de extensión que se generan en la universidad. Este espacio, en crecimiento constante, pone en evidencia la decisión política de la institución de considerar la información como un valor que hay que cuidar y compartir.

Sin embargo, si bien la universidad cuenta con mecanismos para mantener informados a sus miembros, sería posible inferir que, o bien no están correctamente direccionadas las acciones vinculadas a la RSU o bien no están claramente definidas. Por ejemplo, un alto porcentaje manifiesta efectivamente conocer la existencia de una política explícita para la valorización de la diversidad pero, paralelamente desconocen los aspectos vinculados al empleo de grupos poco representados o lo relativo a la equidad en la participación de hombres y mujeres.

En este sentido y en el camino a conocer si la RSU que lleva adelante la universidad está siendo percibida por los miembros de la comunidad universitaria, sería conveniente llevar adelante estrategias de indagación sobre la efectividad de las acciones de comunicación definidas, así como de los medios empleados para llegar a los destinatarios.

Las investigaciones sobre este tema son fundamentales para obtener información que ayude a la universidad a “mirarse” en función de la mirada de los demás. De esta manera podremos tomar decisiones que permitan consolidar o modificar el rumbo de las acciones.

Como resultado de las observaciones realizadas en base a los objetivos planteados en este proyecto de investigación que aborda la problemática de la Responsabilidad Social Universitaria, podemos inferir que son variadas las implicancias de la RSU que surgen y a las cuales debemos prestar atención para poder actuar y promover acciones sociales que respondan a los objetivos prioritarios de nuestra universidad.

El camino emprendido es largo, complejo y supone una permanente redefinición de acciones. Ello significa un desafío mucho más interesante y motivador para construir una institución con un fuerte compromiso con la sociedad y la comunidad de la que forma parte, mediante la promoción de “saberes responsables y la formación de



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

profesionales ciudadanos igualmente responsables”
(Vallaey, 2009).

Referencias Bibliográficas

Capriotti, Paul (1999): “Planificación estratégica de la imagen corporativa”. Editorial Ariel S.A. Barcelona.

Capriotti, Paul. y Schulze, Francisca (2010): “Responsabilidad Social Empresarial”. Colección Libros de la Empresa. Executive Business School. Barcelona.

Vallaey, François ¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria? Pontificia Universidad Católica del Perú.

https://www.url.edu.gt/PortalURL/Archivos/09/Archivos/Responsabilidad_Social_Universitaria.pdf



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

El uso de la lengua extranjera (Inglés) en los negocios

Área temática: Educación y nuevas perspectivas empresariales

Nombre completo de autor(es): Mtra. Alicia Guzmán Medina Mtra.

Gabriela Guzmán Medina

Cuerpo Académico al que pertenece: Mercadotecnia Estratégica en
Ciencias

Institución de procedencia: Universidad Tecnológica de Tecámac

Número(s) telefónico(s) y Correo(s) electrónico(s).

Tel. 5-93-8-84-60, cel. 04455-32-29-49-77

aguzmanm@uttecamac.edu.mx

guzmanmedina@gmail.com



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

El uso de la lengua extranjera (Inglés) en los negocios

Resumen: Con el propósito de utilizar una lengua extranjera en la enseñanza-aprendizaje que funcione en los negocios es importante considerar dos aspectos; los recursos didácticos y el tiempo destinado a la práctica. Por tal razón abrimos un espacio de reflexión, aportación y discusión sobre las experiencias vivenciales de acuerdo a la utilización de herramientas bilingües y el tiempo dentro y fuera del aula, desde una relación maestro-alumno. Específicamente, se ejemplifica con una muestra sustancial de estudiantes de la carrera Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia de la Universidad Tecnológica de Tecámac a través de un estudio de observación con un método lógico deductivo.

De este modo, se proponen a los alumnos como sujetos de la experiencia para comprender qué necesitan desde una perspectiva universitaria en donde los negocios se enlazan con la demandante oleada del uso del Internet. Como consecuencia, los negocios internacionales también han cobrado fuerza debido al comercio electrónico y es necesario aprender el uso de un lenguaje de negocios en inglés apropiado asumiendo la carrera profesional en la cual estudian: Desarrollo de Negocios.

Abstract : In order to use a foreign language in teaching-learning that works in business is important to consider two aspects: the teaching resource and time destined to the practice. For this reason, we open a space of reflection, assistance and discussion about the existential experiences according to the utilization of bilingual tools and the time inside and outside of a classroom, since a relation between teacher and student. Specifically, it is a substantial sample of students from the major of Business Development area Marketing in the Technological University of Tecamac throughout an observational study with a deductive method.

In this way, it is proposed to the students as individuals of experience to understand what they need since an undergraduate insight where the business become linked with the demand of using Internet. As a consequence, International business are strong due to electronic commerce as well and it is necessary to learn the use of a foreign language to business in English which is appropriate assuming the major they are studying: Business Development.

Palabras claves: Educación, recursos y tiempos didácticos, inglés e internet.

Introducción

Negociar exitosamente requiere aprender un método estratégico oportuno durante la enseñanza para obtener resultados positivos en una actividad de intercambio, asimismo los diversos recursos didácticos bilingües son necesarios para aplicar y rebasar fronteras de conocimiento debido a la globalización y sobretodo por la apertura digital en el Internet que ha propiciado el comercio electrónico desde hace ya dos décadas. Por ende, en la Universidad Tecnológica de Tecámac en la carrera Desarrollo de Negocios el estudiante debe saber por lo menos los conceptos más comunes para negocios (business, shareholders, owner, merchandising, brainstorming, advertising, budget, etc.) del idioma Inglés e identificarlos para aplicarlos en una negociación sin el uso de una traducción posible gracias a la ayuda de recursos didácticos que permitan una mejor formación educativa continua en un contexto universitario con un idioma que es hablado en los 5 continentes.

Dentro del contexto universitario nos planteamos las siguientes interrogantes ¿Qué experiencia tiene el alumno con el idioma Inglés en relación a la carrera? ¿ El aprendizaje adquirido en previas escuelas ha sido suficiente? ¿Qué recursos didácticos le han servido para aprender el idioma? ¿ El profesor posee los conocimientos adecuados para un material didáctico bilingüe con respecto a la carrera Desarrollo de Negocios? ¿Qué son los recursos didácticos bilingües y para que les sirven? ¿Es pertinente crear estrategias para la utilización de los recursos y tiempos didácticos?.

Con las interrogantes anteriores, se plantean ejes analíticos en relación: educación-recursos y tiempo didáctico inglés, de esta manera adjuntar los posibles resultados que dan lugar a propuestas y temas de investigación de manera subjetiva y objetiva para hacer consciencia sobre la importancia del idioma Inglés aplicado en el área de negocios.

En estos últimos tiempos donde la globalización y la competitividad son términos cada vez más comunes en empresas debido al deseo de éstas por entrar en un entorno



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

internacional para realizar negociaciones y con ello encontrar aliados, proveedores y clientes en diferentes partes del mundo. En esta competitividad, el uso de diferentes idiomas se convierte en una herramienta esencial. En el año 2012, The Economist Intelligence Unit llevó a cabo una encuesta a cientos de ejecutivos que laboran en empresas con reconocimiento internacional, la mitad de los encuestados reconoce que por cada cinco empleados uno debe de hablar otro idioma y un cuarto menciona que en su planilla de trabajo la mayoría debe tener el dominio de un segundo idioma priorizando al idioma inglés (Tello García).

Tener conocimientos del idioma Inglés en la educación superior es imprescindible, sin embargo no todos los estudiantes gozan de un mismo nivel, ni de habilidades comunicativas orales o escritas en la Universidad Tecnológica de Tecámac, quizá esta situación se deba a que sus estudios de nivel medio superior e inclusive desde antes han estado en escuelas públicas y cuyos recursos didácticos no han sido suficientes, aún más el tiempo dedicado al idioma. Por otro lado, esto no quiere decir que una escuela pública tenga métodos de enseñanza completamente diferentes a escuelas privadas; más bien, esto también tiene su impacto en la propia formación educativa del mismo estudiante que se vea motivado y atraído por el idioma. Pero, en esta investigación se profundiza más en la utilización de los recursos didácticos por parte del alumno y el tiempo destinado al estudio del idioma inglés con respecto a los conocimientos más básicos para ejecutar y cerrar una negociación en relación a la carrera profesional que estudia.

Actualmente en México “no existe una medición oficial periódica que nos permita saber el porcentaje de mexicanos que sabe inglés, ni con qué nivel de dominio” (Tello García). Sin embargo, como se ha mencionado anteriormente el idioma inglés es indispensable para enfrentar negociaciones en el campo laboral. A pesar de que no hay cifras exactas del porcentaje de personas certificadas en el idioma Inglés, existen certificaciones y cursos destinados a los negocios como por ejemplo: Business Language Testing Service (BULATS), Business English Certificate (BEC) avaladas por la Universidad de Cambridge y TESOL for business curso impartido por American TESOL (Teaching English to Speakers of Other Languages) Institute. Certificaciones reconocidas internacionalmente que promueven la empleabilidad, destacan habilidades del idioma en un contexto de negocios (Cambridge English Language Assessment, 2016). (Cambridge English Language Assessment)

El interés de enfrentarse a realizar estudios de este tipo radica en la necesidad de un trabajo, para la búsqueda de información, con motivos de viaje; entre otras. Este comportamiento de la persona se debe a su propia

indagación de conocimiento porque así lo desea o lo requiere. En una Institución esto no sucede igual, los estudiantes tienen que cursar el idioma como materia y no todos tienen las mismas aptitudes y/o habilidades. ¿Cómo entonces podría un estudiante tener una competencia bilingüe aplicada a su área?. ¿Será suficiente el recurso didáctico? Para responder a estas preguntas se analiza una muestra estudiantil para tratar de aportar reflexiones y datos curiosos que originen otra investigación en universidades tecnológicas y reforzar un método de enseñanza con los recursos didácticos y de tiempo necesarios.

Planteamiento de problema

Los recursos didácticos bilingües para el área Desarrollo de negocios han sido muy útiles para el docente en la enseñanza-aprendizaje, pero no podemos decir lo mismo por parte de los estudiantes dentro del área, orientada a la Mercadotecnia. De acuerdo con la Coordinación de Idiomas de la UTTEC, se han venido modificando y adaptando planes de trabajo que permitan al estudiante aprender de manera más didáctica para cada carrera profesional y evitar la reprobación, e inclusive se les apoya con asesorías extra clase. Asimismo, cada docente es responsable de desarrollar instrumentos didácticos que proporcionen una mayor efectividad en su método de enseñanza-aprendizaje. Pero, la situación actual que acontece es saber si efectivamente existe una funcionalidad real en la aplicación puesto que el índice de reprobación en la materia inglés implica que no sólo existe una debilidad en el idioma por diversos factores que afectan en esta lengua extranjera y sus habilidades: listening, writing, use of english, speaking & reading. Por consiguiente, si existe reprobación considerable en el idioma, qué se supone determinar para el uso de cada recurso y tiempo didáctico. Por tal motivo, no sólo se relaciona el idioma en sí mismo con la enseñanza-aprendizaje sino, el tratamiento de un recurso en su tiempo y forma para un área especializada. Como consecuencia nos preguntamos si el alumno es capaz de discernir entre los conceptos que se asumen en una sociedad cada vez más vertiginosa en el uso de una lengua extranjera aplicada a los negocios. Y así, preguntarnos y hacer consciencia de incrementar el uso del material didáctico bilingüe para el área de negocios.

A continuación, se exhibe el índice de reprobación en el idioma Inglés contando con los siguientes datos:



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

| PERIODO | MATRÍCULA DE DNI | NÚMERO DE APROBADOS EN INGLÉS | NÚMERO DE REPROBADOS EN INGLÉS |
|---------------------------|------------------|-------------------------------|--------------------------------|
| ENERO-ABRIL 2015 | 681 | 597 | 84 |
| MAYO-AGOSTO 2015 | 522 | 423 | 99 |
| SEPTIEMBRE-DICIEMBRE 2015 | 651 | 572 | 79 |
| ENERO-ABRIL 2016 | 701 | | |

Imagen 1. Datos proporcionados por la Universidad Tecnológica de Tecámac (Servicios Escolares), Enero, 2016

A veces el alumno asume que enterarse de otros estudiantes que reprueban implica que la escuela se vuelva “difícil” no tan sólo por la temibles matemáticas, sino por la reprobación en el idioma que impide avanzar a otros cuatrimestres y asimismo se le exige al alumno repetir su cuatrimestre cuando ellos asumían que el área Mercadotecnia no llevaba Matemáticas y que tan sólo decían lidiar con el idioma Inglés (sondeo realizado en enero 2016).

Metodología

Se ha observado que en los últimos tres años anteriores al presente, el índice de reprobación del Idioma Inglés en la Universidad Tecnológica de Tecámac ha sido alarmante por lo que se modificaron, plantearon y direccionaron una enseñanza-aprendizaje mejor basada en competencias profesionales bilingües tomando en cuenta las habilidades (expresión oral, expresión escrita, comprensión escrita y comprensión oral) que deben de ser desarrolladas por cada aprendiz. Para esto, cada maestro del área e inclusive dentro de la Coordinación de idiomas trabajaron sobre los contenidos temáticos creando estrategias que permitieran utilizar recursos didácticos bilingües suficientes para incrementar el nivel de conocimiento, al grado de contribuir con asesorías, soporte académico; como por ejemplo en los reportes técnicos de trabajos de una estadía profesional, modificación de las herramientas de evaluación, cambio de libro de texto e incluso la apertura de grupos para la preparación en diversas certificaciones. Es por eso, que al realizar un método lógico-deductivo, primero se contempla una muestra de 160 estudiantes de una población total de 701 en la carrera Desarrollo de Negocios en el periodo enero-abril 2016. Dicho esto, se observa y analizan los recursos didácticos más adecuados con respecto a su carrera

profesional, asimismo se encuesta a la población y se articulan los datos arrojados. Finalmente, proponemos un apartado para las reflexiones finales, aportaciones y discusiones vivenciales de los alumnos que han experimentado los recursos didácticos bilingües y de tiempo.

Desarrollo

Para la Universidad Tecnológica de Tecámac un recurso didáctico bilingüe es un material de apoyo académico para participantes que utilicen un idioma extranjero; en este caso el uso de inglés en una carrera profesional determinada.

En general, lo han definido como cualquier material que se ha elaborado con la intención de facilitar los procesos de enseñanza y aprendizaje. (Aparicio R, García, 1988). También se entiende como medio didáctico. Y como recurso educativo, cualquier material utilizado con una finalidad didáctica o para facilitar el desarrollo de las actividades formativas.

Al contemplar la palabra didáctica y de carácter histórica; también ha sido empleada en diferentes periodos porque se debe al cambio paradigmático hacia la era digital. Las escuelas tradicional cada vez más están mermando en México; y a un nivel microcosmos; es decir, en cada escuela los maestros también han cambiado sus métodos de enseñanza-aprendizaje. Ya no se tiene solamente la educación exponencial por parte del profesor, nos hemos vuelto más interactivos y heterogéneos en la manera de aprender y por consiguiente enseñar. Éste fenómeno recae en la forma de ver a nuestro mundo desde uno virtual a causa del Internet y en el que se pueden optimizar tiempos y comunicarse sin fronteras, pero sin duda éste fenómeno de tipo social y educativo atañe a la educación en todos los niveles. En nuestro caso, nos hemos enfocado al nivel superior en dónde tienen una visión educativa más formada del uso de la tecnología. Con la llegada de Internet, las prácticas didácticas tuvieron que cambiar; los recursos en tiempo se alteraron y se podrían enumerar ventajas así como desventajas. Para continuar, definamos la palabra didáctica; desde el punto de vista que es histórica, ya que sus propuestas responden a momentos históricos específicos; cabe destacar que esta disciplina es la encargada de articular la teoría con la práctica (Díaz Barriga, 1992: (Cambridge

English Language Assessment)23).

En las Universidades Tecnológicas el plan de estudios estipula un 70% práctico y un 30% teórico. Este hecho, es



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

de pensar que no solamente debemos un conocimiento acabado y dentro de la escuela en la parte teórica sino, en la práctica y uso de recursos didácticos como parte del aprendizaje práctico que entra por los sentidos. En el aspecto de tiempo didáctico, existen diversas tareas asignadas que son evaluadas con tiempos específicos y es que, los requerimientos más exigentes conllevan a trabajos

“bajo presión” en donde lo urgente e importante es de “entrega inmediata”.

Desarrollo de negocios en relación al idioma Inglés

La carrera Desarrollo de negocios es de carácter comercial, su área es la Mercadotecnia y el propósito es desarrollar negocios. A continuación presentamos de qué se trata, de acuerdo con los planes de estudio de la CGUT y la UTTEC, posteriormente se puntualiza brevemente cómo cada aspecto clave se enlaza con el idioma Inglés, asimismo lo qué cada estudiante arrojó al cuestionar la relación Carrera profesional-Idioma extranjero.

La siguiente imagen la podrá encontrar en el link:

<http://www.uttecamac.edu.mx/htm/acerca/infocomer.html>

En dónde podrá observar el ejercicio profesional al cursar el estudiante los primeros cinco cuatrimestres, más uno más como el cuatrimestre de Estadía Profesional; mismo que se realiza en el sector productivo con el propósito de experimentar su estancia en un contexto real.

De este modo, vemos cómo dominar un idioma podría anteceder a un lenguaje técnico para negocios y si bien, qué sucede con el estudiante y su formación académica con la ayuda de materiales o recursos que forjan su capacidad en el sector productivo o inclusive como el propio desarrollador de un negocio que tarde o temprano lidiará con el comercio de manera internacional, adicionalmente inmiscuyendo el comercio electrónico en el Internet como una aldea global dónde el idioma inglés predomina.

DESARROLLO DE NEGOCIOS: ÁREA MERCADOTECNIA

En su actividad profesional, el Técnico Superior Universitario en Desarrollo de Negocios: Área Mercadotecnia podrá planear y organizar las actividades en el campo comercial de cualquier organización.

- Interpretar el comportamiento del consumidor y los factores que intervienen en el proceso de compra.
- Desarrollar su propia empresa.
- Diseñar planes y programas de promoción de bienes y servicios.
- Coordinar la fuerza de ventas.
- Determinar y administrar canales de distribución.
- Diseñar y desarrollar servicios y productos.
- Determinar la fijación de sus precios.
- Desarrollar habilidades de comunicación y prospección de la fuerza de ventas.
- Identificar las alternativas de solución a problemas de diseño de producto, fijación de precios, distribución y la mezcla de comunicación de la empresa.
- Analizar el medio ambiente de mercadotecnia para generar estrategias de posicionamiento en el mercado.
- Plantear, evaluar, analizar e identificar las necesidades y requerimientos del mercado.
- Diseñar planes y programas de promoción y diseño de campaña de publicidad.



Imagen 2. Habilidades de Desarrollo de Negocios

Si se analiza cada punto mencionado en la imagen previa, podemos correlacionar que una de las bases para la negociación son las 4 p's (precio, plaza o distribución, producto y promoción) misma que son enseñadas con material didáctico en el primer cuatrimestre y además utilizadas a lo largo de la carrera profesional, consideradas en el tópico más importante: Mezcla de Mercadotecnia o mejor conocido como el Mix Marketing, de la cual se derivan materias como por ejemplo: Mezcla de mercadotecnia, fundamentos de mercadotecnia, Planes de negocio, etc. Visualicemos entonces como se desglosaría en el idioma Inglés para negocios:

The four ps (Las 4 ps):

Product (Producto) : name, features, performance, packaging

Place (plaza o distribución) : channels of distribution, Retailing, wholesaling, transportation

Promotion (Promoción) : Advertising, public relations, direct marketing, sales force

Price (precio) : Discounts, costs, overheads, credit facilities. Como se observa anteriormente, cada concepto para negocios se pueden encontrar en libros de Mercadotecnia y



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

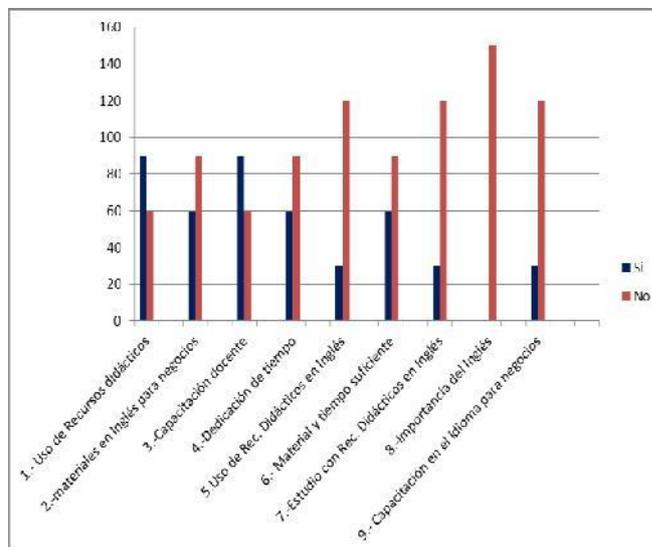
además en cualquier negociación, el negociador debe asumir responsabilidad en el manejo de un lenguaje técnico e inclusive con idioma universal. (Harrap's Marketing, 2004).

Para realizar los conceptos en material didáctico el docente prepara su clase con anticipación. Por ejemplo, los conceptos descritos son puestos, cada uno en tarjetas, y bien se pueden relacionar con lo que implica cada uno de éstos para describirlos y así ejecutar el diseño de un producto por su nombre, características etc. Y después involucrar un precio. No obstante, se presenta una marca o el dicho branding. Como se puede contemplar, el inglés está presente adaptándolo a nuestra cultura y para hacerlo efectivo se necesitaría ayuda de material didáctico y dedicarle tiempo para el aprendizaje significativo.

Algunos de los materiales tangibles o intangibles didácticos y destacados son: Tarjetas, técnicas de vocabulario y dicción con prácticas en clase, calentamiento del idioma para aprender a ser extrovertido; no tener pena y pronunciar correctamente, grabaciones de palabras en el idioma inglés, diccionarios para mercadólogos, interactividad en línea, crucigramas, rompecabezas, técnicas de comunicación utilizando el idioma nativo y el idioma extranjero etc. Destinando un tiempo propicio para cada equipo de trabajo, de tal forma que se enseñan a compartir conocimientos y enfrentarse a un contexto imitativo para la negociación.

Respuestas detonadoras de experiencia vivencial por parte del alumno

A continuación se ejemplifica en el gráfico las respuestas de las encuestas aplicadas dentro de la carrera Desarrollo de Negocios. Se cuenta con una muestra de 160 estudiantes, desglosados en 9 cuatrimestres (de primero a noveno) y por cada grupo se toman en cuenta 17 encuestas respectivamente.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretando los datos de los alumnos se reporta que el uso de recursos didácticos es muy necesario y que están de acuerdo en la utilización de los mismos. Sin embargo, el estudiante percibe que no existe material suficiente, así 90 de ellos determinaron que el material didáctico debe acompañar al docente y al alumno para su formación académica. Por otro lado, consideran que el docente debe ser capacitado con certificaciones para negocios y realizar material didáctico que contribuya con su método de enseñanza-aprendizaje.

Otro recurso, es el tiempo; no obstante otros 90 estudiantes opinaron que parcialmente dedicaban tiempo a éste estudio con la ayuda de herramientas para el idioma inglés pero, la contraparte es cuando tienen tareas o investigaciones pues 120 estudiantes están de acuerdo en el uso de recursos didácticos para el idioma inglés; lo cual se relaciona con la siguiente respuesta al ser causal; el material y tiempo insuficiente para alguno de ellos no es pertinente porque todo lo encuentran en Internet. Igualmente otros 120 estudiantes opinaron que no estudian con el idioma Inglés; aunque 150 alumnos dicen que es sumamente importante el Inglés para su carrera profesional y finalmente mostraron que si es necesaria una capacitación; de preferencia certificaciones en negocios con el idioma.

Por lo tanto, al hacer esta investigación abre la brecha para pensar en anexar certificaciones en negocios (por ejemplo: BULATS) para los alumnos y por consiguiente para los maestros. Como se visualiza en el gráfico los recursos didácticos y el tiempo es insuficiente en una



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

carrera que exige negociaciones y muchas veces a nivel internacional en macro ambientes.

Resultados y Conclusiones

Existen 701 estudiantes en la carrera Desarrollo de Negocios con un promedio de 34 alumnos por cada grupo y de los cuáles entre el 40% y 50% reprobaban en los dos primeros parciales de tres totales en un periodo de cuatro meses. Finalmente, sólo un 35 % de la población, tiene habilidades, conocimientos, destrezas y actitudes. Sin embargo es la minoría que tiene mejores conocimientos del idioma Inglés para negocios mientras que en su mayoría están interesados en certificaciones como extra recursos y que la didáctica sea además asumida de manera responsable; externan que cada estudiante es responsable de su tiempo y la utilización de los recursos didácticos que cada maestro enseña para su aprendizaje y que si bien, pueden éstos ser llevado a casa como “parte de su vida”, pero esto implica además en primer instancia estudiar una certificación por su gusto además de su carrera y por interés profesional.

Asimismo, para esta investigación con el eje centrado en recursos didácticos y el tiempo existe una propuesta importante adherida a la enseñanza- aprendizaje: Si los alumnos tuvieran la oportunidad de certificaciones al igual que los docentes, incrementaría su nivel académico en la parte del idioma Inglés y esto implicaría en desarrollar mejores estrategias y tácticas para la empleabilidad de recursos didácticos bilingües. Pero esto, también involucraría un cambio en un plan curricular si analizamos las horas de estudio en clase, porque por semana sólo tienen destinadas 4 horas y de esta manera qué tanto ellos logran aprender en cuanto a las habilidades básicas y cuánto material o recurso didáctico es utilizado efectivamente en estas horas de estudio, además de ser bien empleado por parte de los docentes. Aún no lo sabemos porque requiere otro estudio tomando en cuenta una propuesta que debería aplicarse por la necesidad de la demanda que es nuestro cliente; que sin saberlo nos proporciona información para saber un panorama general en cuanto a este proyecto.

El resultado de carecer una fluidez en el idioma es la poca práctica y uso; no obstante cuando el idioma extranjero forma parte de la vida del ser humano es más fácil identificar sus significados e imaginarnos entre la relación significado-significante (Saussure, 1999). No obstante, para los negocios el desafío es mayor porque no son palabras cotidianas en un contexto de día a día, sino aplicado en un área especializada.

Actualmente, en la carrera Desarrollo de Negocios la media de los estudiantes provienen de un nivel socioeconómico medio bajo, con estudios de nivel medio superior en escuelas públicas en donde aprendieron parcialmente el Idioma Inglés. Al entrar a la carrera profesional y brindarles un plan educativo que ofrece el idioma; dos horas al día y dos veces por semana.

Por consiguiente algunas de las propuestas que se mencionan a continuación tienen como objetivo que el alumno de Desarrollo de negocios identifique y use los conceptos más comunes en un entorno de negocios evitando emplear una traducción posible mostrando familiaridad al momento de hablar incluso en su primer idioma.

El alumno antes de ir a estadía profesional cursa cinco cuatrimestres, los primeros cuatro cuatrimestres se imparte inglés general desarrollando las cuatro habilidades de un idioma (comprensión escrita y oral así como producción escrita y oral), el cuatrimestre número cinco está enfocado en el desarrollo de su comprensión escrita en temas generales y cotidianos. En este cuatrimestre se puede tomar ventaja de los conocimientos y habilidades del idioma que los alumnos han desarrollado y permitir que se familiarice con los términos más comunes que se usan en un ambiente de negocios a través del uso de textos adaptados a terminología de negocios.

La segunda propuesta es impulsada por el interés que algunos alumnos con sed de crecimiento han mostrado. Alumnos que pueden ser canalizados en un grupo con la finalidad de desarrollar sus habilidades lingüísticas en contextos enfocados a negocios, dando la oportunidad al alumno a interactuar con personas que tienen un interés y perfil similar.

La tercera propuesta involucra un cambio en el material bibliográfico que es llevado actualmente en los cursos regulares de la Universidad Tecnológica de Tecámac. Existen libros que están enfocados a la preparación de certificaciones en negocios, cubriendo la necesidad de términos utilizados en negocios y desarrollando las cuatro habilidades del idioma.

Conclusiones generales

De acuerdo con la observación, un sondeo, levantamiento de encuestas en la carrera Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia a 160 estudiantes de una población de 701, se concluyó que los recursos didácticos bilingües han sido insuficientes por la falta de práctica y el poco tiempo destinado a las herramientas metodológicas en la enseñanza-aprendizaje orientada hacia un lenguaje más técnico en el



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

idioma inglés. Y aunque los docentes han acoplado recursos didácticos a las materias para utilizar el idioma extranjero, las horas de estudio en clase (4hrs) limitan realizar más práctica en un modelo teórico 30% y práctico en un 70%. Es de suponer que debería otorgarse más tiempo al idioma en cuyo caso los alumnos en su mayoría opinaron que no adaptan las prácticas, métodos, recursos y tiempo para aprender efectivamente los significados que no son traducidos al español, sino asumidos en un ambiente de negocios. Por otro lado, la investigación arrojó que las certificaciones serían de gran ayuda pero esto no se ha contemplado dentro del mapa curricular, lo cual implicaría modificar nuevamente planes de estudio o bien, realizar alianzas estratégicas con centros validados como por ejemplo sólo por mencionar el British Council para certificar. En todo caso, el alumno es quién asume esa responsabilidad y no porque en la enseñanza/aprendizaje en una carrera sea un deber. Asimismo, se reconocen los esfuerzos que cada docente realiza al crear y desarrollar una clase con recursos didácticos bilingües y que además éstos también deberían estar capacitados en un lenguaje técnico con certificaciones y adaptar mejores prácticas de trabajo dentro de un aula. Simplemente, aportamos la concientización del uso de un idioma (Inglés) para ser competitivos como negociadores y que no sólo se aprende con recursos didácticos bilingües, sino con tiempo, esfuerzo, dedicación y reconocimientos a través de certificaciones para negocios.

Referencias bibliográficas

Cambridge English Language Assessment. (s.f.). Obtenido de Cambridge ESOL Examination:
<http://www.cambridgeenglish.org/exams/business>

Tello García, H. M. (s.f.). *Inglés para la competitividad social*. Obtenido de
<http://imco.org.mx/wpcontent>



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Prácticas didácticas y satisfacción laboral docente una mirada a través de un diagnóstico del clima organizacional

Área temática.

Educación y nuevas perspectivas empresariales.

Nombre completo de autor(es).

Rebeca Teja Gutiérrez, Rosa María Rodríguez Aguilar, Nidia
López Lira, Adrian Trueba Espinosa

Institución de procedencia.

Universidad Autónoma del Estado de México

Número(s) telefónico(s) y Correo(s) electrónico(s).

5548902720,

rebeteja@yahoo.com.mx; n.lopezlira@hotmail.com;
aguila_rosa@hotmail.com; atruebae@hotmail.com



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Prácticas didácticas y satisfacción laboral docente una mirada a través de un diagnóstico del clima organizacional

Resumen: En este trabajo se presentan los resultados de un diagnóstico del clima organizacional en los docentes del Centro Universitario de la UAEM Texcoco, y como repercute en las prácticas didácticas que utilizan los docentes en la impartición de clases. Se realizaron encuestas a profesores y alumnos a fin de determinar la satisfacción en la vida académica de los docentes, así como lo visualizan los alumnos. Se encontró que las relaciones interpersonales dentro de la planilla de docentes suelen ser agradables, abiertas y cordiales, lo que repercute en la mejora de trabajo colegial, y proyectos en pro de los alumnos.

Abstract: In this paper we present the results of a diagnosis of the organizational climate in the teachers of the University Center of the Texcoco UAEM, and how it affects the didactic practices used by teachers in the delivery of classes. We surveyed teachers and students in order to determine satisfaction in the academic life of teachers, as well as the students visualize it. It was found that the interpersonal relationships within the teacher's file are usually pleasant, open and cordial, which has an impact on the improvement of collegial work, and projects for the students.

Palabras claves: Clima organizacional, Prácticas didácticas, CU UAEM Texcoco.

Introducción

El clima organizacional influye en la calidad de vida profesional, especialmente en la motivación de los docentes y su percepción de apoyo directivo. Según Sohi (1999), se debe iniciar programas y acciones que cambien los elementos culturales que impiden que el personal logre identificarse con la institución y desarrolle un clima de trabajo altamente motivador, además de lograr niveles de satisfacción personal.

Los profesionales que puntúan mejor la cohesión y el trabajo en equipo son los que declaran una mejor valoración del apoyo directivo; por lo tanto, podríamos decir que la satisfacción del docente influye sobre el alumno (a mayor satisfacción laboral mayor percepción de la calidad por parte del usuario), reconociendo que una atmósfera interna de calidad crea un ambiente que lleva a satisfacer a los clientes externos o usuarios. Esta satisfacción se ve reflejada en la manera en que un docente mantiene el interés de sus alumnos en el tema expuesto en clase.

El objetivo de esta investigación es analizar el clima organizacional a través de evaluar el desempeño académico, la satisfacción laboral y sus prácticas didácticas de los profesores adscritos a la licenciatura en contaduría, con el fin de proponer alternativas de capacitación donde se desarrollen las capacidades de docencia para contribuir a elevar la calidad de la formación de los futuros profesionales en el área de contabilidad.

El conocimiento y control del Clima Organizacional dentro de cualquier institución es de suma importancia, para lograr el cumplimiento de los objetivos de la misma; pero cuando

el Clima Organizacional se ve afectado por la insatisfacción laboral de las personas que conforman la institución, simplemente existe improductividad y decepción, pues se considera al Clima Organizacional como factor de influencia en el comportamiento del Recurso Humano.

“Una organización sólo existe cuando dos o más personas se juntan para cooperar entre si y alcanzar objetivos, que pueden lograrse mediante iniciativa individual”
(Chiavenato I, 1994, p.p. 36.).

De acuerdo a lo anterior, el Clima Organizacional en el Centro Universitario UAEM Texcoco se puede llegar a considerar una medida de atributos organizacionales, siempre y cuando este sea percibido con un sentimiento placentero. El Clima Organizacional es un factor de distinción e influencia en el comportamiento de quienes lo integran, es por esto que su conocimiento es de suma importancia en la organización, para comprenderlo con mayor claridad el nivel de satisfacción laboral de cada uno de los docentes de la carrera de contaduría pública, de esta forma se conocerán de manera más objetivas y asertivas las variables que influyen positiva y negativamente en el comportamiento organizacional y en su desempeño docente.

Por lo anterior se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son los factores que influyen en el clima organizacional y qué efectos tiene en la práctica docente y



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

en el desempeño de los profesores de la licenciatura en contaduría pública del Centro Universitario UAEM Texcoco?

Teoría del dominio y trabajos previos

El clima organizacional ha sido tema de estudio desde años atrás, lo que nos da un amplio diccionario de definiciones, permitiéndonos hacer un gran comparativo de la evolución tanto del significado de este tema, como de la percepción de parte de la empresa, como del trabajador.

Uno de los primeros autores en formar un concepto de CO fue Lewin, que dice: “El comportamiento humano es función del “campo” psicológico o ambiente de la persona, el concepto de clima es útil para enlazar los aspectos objetivos de la organización” (Lewin, 1951).

Con el transcurso de los años, tanto la ideología empresarial como la percepción de la importancia de los trabajadores en las organizaciones fue de mayor relevancia de estudio, por lo que el mismo concepto de CO se amplió y se dieron a conocer más detalles de este, como lo expuso Brunet en su definición: “El clima organizacional se define como las percepciones del ambiente organizacional determinado por los valores, actitudes u opiniones personales de los empleados, y las variables resultantes como la satisfacción y la productividad que están influenciadas por las variables del medio y las variables personales. Esta definición agrupa entonces aspectos organizacionales tales como el liderazgo, los conflictos, los sistemas de recompensas y de castigos, el control y la supervisión, así como las particularidades del medio físico de la organización” (Brunet, 1987).

Por último y no por ello el menos importante, si no el que en una forma resumida pero concisa y enfocada logra hacer una descripción detallada, y conteniendo todos los factores que integran al CO en medio más actualizado, y con más fundamentos de investigación, es la que refiere Goncalves (1992:2), al mencionar que “el clima organizacional es un componente multidimensional de elementos que pueden descomponerse en términos de estructuras organizacionales, tamaño de la organización, modos de comunicación, estilos del liderazgo de la dirección, entre otros”.

La importancia de este enfoque reside en el hecho que el comportamiento de un trabajador no es una resultante de los factores organizacionales existentes, sino que depende de las percepciones que él tenga de estos factores. Varios trabajos de investigación se han realizado en diferentes partes del mundo lo que nos permite ver que tan amplio y

aplicable son estas definiciones del CO, por ejemplo en México Ponce (2006:65-73), hace su estudio de CO en un hospital, y describe el vínculo que existe entre satisfacción laboral y la satisfacción del usuario. Los resultados arrojados de este trabajo nos dicen que, las variables satisfacción laboral y satisfacción del usuario tienen relación en el sentido de que, si el personal se siente cómodo con su jornada y experiencia laboral, ofrece servicio de calidad que repercuten en la percepción directamente en la percepción de calidad de usuario.

Un año después, en Chile, Chiang (2007:61-76), aplicó su investigación en un hospital para mostrar que las condiciones laborales en los que se desenvuelve el personal, considerando que el clima organizacional y la satisfacción laboral son factores determinantes en el éxito del trabajo de toda organización. Los resultados obtenidos muestran que ambas escalas entregan una fiabilidad adecuada. La relación entre el clima organizacional y la satisfacción laboral se presentan en casi todas las dimensiones del clima organizacional, calidad en el trabajo, toma de decisiones, objetivos de la institución, compromiso, adaptación al cambio, delegación de actividades y funciones, coordinación externa y eficiencia de la productividad, que tienen relaciones estadísticamente significativas con las siguientes variables de satisfacción laboral: satisfacción con la relación con los superiores, satisfacción con la participación en las decisiones y satisfacción con su trabajo en general.

También hay investigaciones que nos ayudan a ver los factores negativos que pueden complicar el desarrollo de un buen clima laboral, como el realizado por Caligiore (2003:644-658) en Venezuela; la autora realiza un diagnóstico sobre el clima organizacional existente en las escuelas de Enfermería, a fin de determinar el nivel de desempeño de los mismos y elaborar una propuesta de gestión para optimizar la situación existente. Obteniendo resultados importantes, la existencia de cierto número de niveles jerárquicos, muchas veces les confiere rigidez a la estructura organizacional, ya que por la misma, estar basada en el modelo piramidal; ha conducido a engendrar un clima cerrado y controlado.

Un ejemplo más es de Seco Muñoz E., Col, Torrent y Linares (2006:209-214) en su trabajo de investigación titulado “Influencia del clima laboral en la satisfacción del profesional sanitario”, hecho en España. Describen la calidad de vida profesional percibida por los trabajadores y el clima de la organización de sus centros, dando a conocer la influencia del clima organizacional sobre la calidad de vida profesional y las variables que explican esta relación.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Y concluyen diciendo que en base a los resultados obtenidos de su investigación y la aplicación de sus encuestas al personal, El clima organizacional influye en la calidad de vida profesional, especialmente en la motivación de los trabajadores y su percepción de apoyo directo. Los trabajadores declaran un mayor compromiso y también refieren una mayor motivación intrínseca y una mayor percepción de demandas. Los profesionales que puntúan mejor la cohesión y el trabajo en equipo son los que declaran una mejor valoración del apoyo directo; es decir que, el clima organizacional es fundamental para una satisfacción laboral o profesional, pues es la que impulsa o motiva a las personas a la superación y por lo tanto a un grado de satisfacción mayor.

Igualmente en España, Madrid; Marta M. Elvira y Davila Anabella (2005: 28-45) publican un artículo titulado “Cultura y administraciones de Recursos Humanos en América Latina” en el cual na busca describir o definir conceptos, sino por el contrario ella identifica los valores culturales del trabajo que influyen las prácticas de R.H. para mejorar la administración. Aplicando un método descriptivo sus conclusiones y resultados nos ayudan a entender un poco más como es que afecta o influye el clima laboral; y nos dice que, los sistemas modernos de recursos humanos serán más efectivos si se cimentan en representar la colectividad, al equidad y el apoyo interno de la empresa hacia el trabajador como centro de sus beneficios. Poner las necesidades de sus trabajadores y de sus familias en el centro de sus prestaciones adicionales. Desde la perspectiva económica, los sistemas de recursos humanos tendrán éxito si buscan satisfacer las necesidades básicas del trabajador. Desde la perspectiva política, los sistemas de recursos humanos serán más efectivos si se relacionan con la estabilidad en el empleo, las buenas relaciones laborales y con el desarrollo sustentable de la empresa. Los departamentos de recursos humanos no podrán alcanzar una posición estratégica en las empresas latinoamericanas hasta que éstos demuestren directamente su contribución al desempeño organizacional; y aparte nos dice que las relaciones sociales y el respeto por las autoridades son características del modelo de administración latinoamericana. Cabe mencionar que otro factor importante que influye en la administración de recursos humanos en América Latina son las costumbres populares, estas incluyen tradiciones religiosas que juegan un rol importante en los centros de trabajo.

Otro trabajo de investigación es el de “Clima Laboral en atención primaria. ¿Qué hay que mejorar?” de Cortes Rubio J. A. Martín (2003) en donde da a conocer el nivel de la Calidad de Vida Profesional de los trabajadores del área 11 de Atención Primaria y los factores asociados de

forma que se pudieran diseñar las estrategias de mejora más adecuadas. Obteniendo como resultados que, la satisfacción profesional ha de contemplarse dentro de la calidad de la organización, a modo de rasgo estructural que favorece el buen funcionamiento y la calidad del servicio. Es imposible satisfacer las expectativas del cliente externo sin satisfacer las del interno. La satisfacción de los trabajadores se explica, en parte por la interrelación entre diversos factores: carga de trabajo, tipos de práctica profesional y características personales. La satisfacción laboral de los trabajadores de un sistema de salud se relaciona con la calidad en la prestación de los servicios. Los cambios en la forma de gestión o en la cultura de la organización tienen una gran repercusión en la satisfacción de los profesionales.

Por otro lado, Diana Vega en su artículo titulado "Panorama sobre los estudios de clima organizacional en Bogotá, Colombia" (2006: 329-349) nos da una pequeña muestra de la visión que se tiene sobre el clima laboral en un ambiente escolar, ya que presenta el panorama de los estudios de clima organizacional hallados en 10 instituciones de educación superior y 2 bibliotecas públicas, concluyendo que las propuestas transversales muestran una transición del concepto de clima organizacional, desde las tendencias a definirlo como estructura hasta las que lo definen como proceso, resaltando la importancia de concebir la organización como un sistema dinámico.

Así, los factores que han sido identificados como constituyentes de la realidad objetiva del desarrollo organizacional, se refieren a la estructura organizativa, las políticas y los procedimientos, las relaciones interpersonales y grupales, la tarea y el medio físico en el que se desarrolla el liderazgo.

Metodología

El estudio tendrá un enfoque metodológico cualitativo. El sustento teórico metodológico será la teoría del comportamiento humano y las corrientes administrativas humanísticas. La técnica a utilizar serán encuestas y entrevistas a profesores y alumnos adscritos a la Licenciatura en Contaduría de Centro Universitario UAEM Texcoco.

Resultados

Las encuestas realizadas a los alumnos de la licenciatura de contaduría estuvo conformada por 33 preguntas, en la que cada pregunta tenía 6 alternativas de respuesta, a excepción



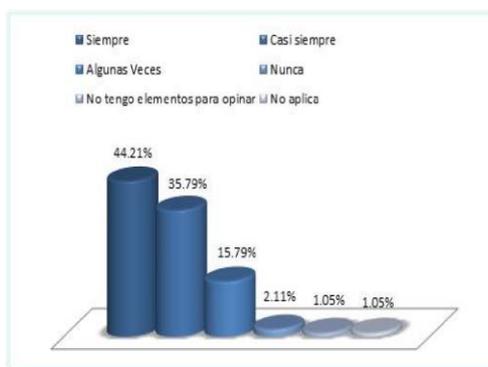
5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

de la última pregunta que solo tenía 3 alternativas de respuesta. La encuesta se realizó en alumnos y alumnas de segundo, cuarto, sexto y octavo semestre y en los turnos matutinos y vespertino, de forma aleatoria.

A fin de lograr los objetivos planteados en este estudio, las variables operacionales fueron: Valuación de las prácticas didácticas y Desempeño Docente. Cuyos resultados son los siguientes de acuerdo a las preguntas de la encuesta:

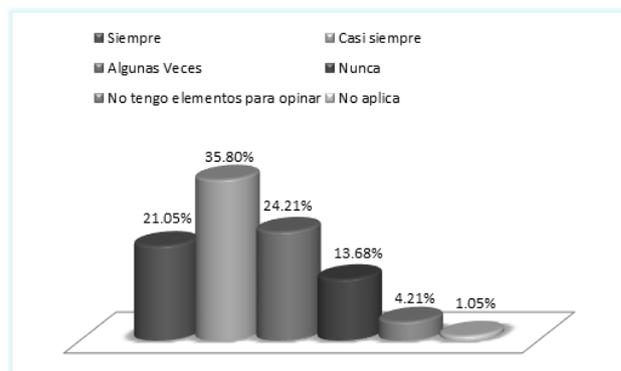
El discutir la forma de evaluación obviamente es importante para tener en cuenta el valor que le den los docentes a cada una de las actividades que se realicen tanto en el salón de clases como fuera de él. Con los resultados obtenidos en las encuestas se muestra que en la gran mayoría de los casos se cuenta un plan de evaluación que se seguirá durante el ciclo escolar. No obstante algunos docentes dejan pendiente este punto para tener mayor interés por parte de los alumnos



Gráfica 1. El docente explica el programa de la asignatura y su contenido. Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

Los resultados obtenidos son los siguientes: Siempre 44.21%, Casi Siempre 35.79%, Algunas veces 15.79%, Nunca 2.11%, No tenían elementos 1.05% y 1.05% No aplicable.

Es de suma importancia que se haga la explicación de los temas que se verán durante el ciclo escolar, pues de esta forma tanto alumnos como docentes saben que dirección seguirán. De acuerdo a los resultados que se muestran, en los primeros días de clase los docentes explican el contenido correcto de la asignatura.



Gráfica 3. El docente identifica al comienzo de cada unidad las referencias bibliográficas actualizadas para preparar las clases. Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

Al iniciar el ciclo escolar se les entrega a los alumnos un temario donde se muestran las unidades que se desarrollaran, además se les proporcionan bibliografías que servirán de apoyo. Pero con los resultados en esta encuesta se observa que no todos los docentes identifican las referencias bibliográficas al inicio de cada unidad, pues las referencias se hicieron al inicio del ciclo escolar.

La Universidad Autónoma del Estado de México a través de su portal, ofrece la biblioteca digital, donde los profesores invitan a los alumnos de la licenciatura a realizar la búsqueda de material científico.



Gráfica 2. El docente discute el plan de evaluación, su porcentaje y tipo de prueba. Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

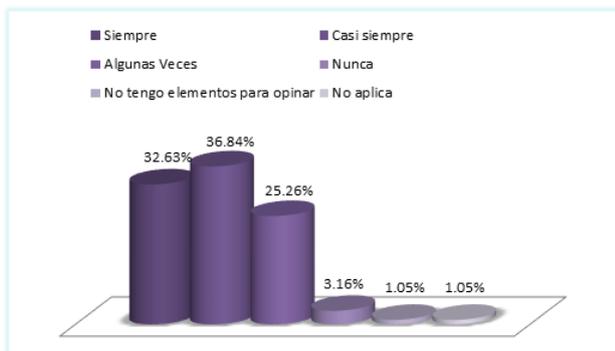
Gráfica 4. Al comienzo de cada unidad, el docente identifica los objetivos generales y específicos. Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

Esta información arroja que en cada inicio de unidad no se mencionan los objetivos generales, pues los objetivos generales y específicos se elaboran en general para la unidad de aprendizaje y no por unidad de competencia.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”



Gráfica 5. Durante el desarrollo de las clases, el docente demuestra manejo de la información actualizada en su asignatura. Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

Los docentes están en constantes capacitaciones para manejar correctamente los temas que imparte y con la información obtenida se muestra lo que tienen el dominio de los temas que abordan y más en la Licenciatura de Contaduría pues las leyes están en constante cambio y tanto como docentes como alumnos deben estar al tanto de ello.

Gráfica 6. Me gustaría seguir trabajando en mi área de trabajo. Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

Es importante conocer la opinión de los profesores acerca de su situación laboral, porque como se sientan y lo que les afecte repercute en los alumnos como para considerarlo un buen profesor. Se observa agrado en el trabajo por parte de los docentes. Esto es muy importante en todas las áreas de trabajo, al realizar cualquier actividad encomendada se muestra agrado y compromiso, la participación de cada integrante es satisfactoria y con buena actitud.

Discusión

A partir de los resultados obtenidos, se determina para mejorar los procesos de renovación organizacional se debe tener un buen clima organizacional en el CU UAEM Texcoco es de gran valía, para estar en posibilidades de desarrollar estrategias orientadas al logro de metas y objetivos de dicha institución educativa.

De acuerdo con el estudio "La Ergonomía de un Espacio de Trabajo Cambiante", los trabajadores permanecen más de

7.2 horas al día en sus lugares de trabajo. En el caso México y según datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), las jornadas laborales rebasan las 10 horas diarias, por lo que el trabajo ocupa el espacio principal de los mexicanos.

Un estudio de Trabajando.com indicó que el mal ambiente laboral ocasionado por los conflictos de oficina es la tercera causa de renuncias registradas en las empresas y ocasiona el 20% de los despidos que se realizan en las organizaciones.

Así mismo el compromiso de los docentes con la institución es palabra clave para elevar la calidad de las prácticas didácticas, el problema de un buen clima organizacional no sólo reside en las oficinas así como lo refiere Caligore (2003) "Un grupo de personas con responsabilidades específicas, que actúan juntas para el logro de un propósito específico determinado por la organización. Todas las organizaciones tienen un propósito una estructura y una colectividad de personas."

De acuerdo con Eduardo Lan, consultor y fundador de Mesa Consultores, los seres humanos frecuentemente hablan mal de la empresa, del jefe, del compañero de trabajo, de la familia y de nuestro país, es decir, es un hábito muy destructivo que con el tiempo genera una cultura arraigada de victimismo y queja, la cual moldea nuestros pensamientos, conversaciones, acciones y resultados.

Con respecto a la consideración del trabajo por parte de los docentes evaluados, el lugar de trabajo es agradable, el 81.8 % de los docentes encuestados declaran sentir agrado en su trabajo, lo cual es pieza fundamental para contribuir a mejoras, lograr objetivos. Se consideran personas abiertas al cambio, de esta forma es más fácil plantear panoramas que guían hacia el rumbo que se quiere llegar.

Todos los docentes son valiosos, se tiene la seguridad de contar con las competencias necesarias que el puesto requiere; al 81.8 % de los docentes les gustaría seguir trabajando en su área de trabajo. "La felicidad ha sido un tema de gran crecimiento e importancia en las organizaciones a nivel mundial, de manera objetiva, se ha comprobado que un estado de ánimo influye, no sólo de manera profesional y personal, sino que ayuda a mejorar los procesos y las operaciones dentro de una organización. Se ha concluido que es primordial, para que una empresa funcione", comenta Angélica de la Vega, gerente de Relaciones Públicas de Adecco México.

Ahora bien hablando de la remuneración del trabajo como lo menciona José Antonio Ramírez en su artículo



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Remuneración total. El mejor sueldo que se pueda dar es aquel que busca un concepto integral que se denominaría “remuneración total” el cual debe incluir motivadores intrínsecos y extrínsecos que deben considerar lo siguiente:

a) Motivadores intrínsecos: son aquellos que mueven al talento de manera directa como sueldo, prestaciones como un buen aguinaldo, prima vacacional, fondo de ahorro, bonos y plan de retiro- Los proporciona la organización, son muy importantes pero no son los únicos.

b) Motivadores extrínsecos: Componentes que el talento quiere lograr y va a encontrar con o sin ayuda de la empresa, como planes de carrera, preparación para ser más integral en lo que está desarrollando, apoyo para concluir carrera o cursar una maestría, planes de vida en el corto, mediano plazo, y largo plazo. Todos están de la mano con el balance de vida y trabajo.

Más allá de considerar una remuneración económica existen otras tantas de mucho valor para el desarrollo de los docentes. Dentro de las cuales la capacitación siempre es bien recibida porque permite el crecimiento personal y profesional. Que es algo que la Universidad Autónoma del Estado de México proporciona a sus docentes de cada espacio.

En los resultados que se muestran acerca de las relaciones interpersonales, es importante conocer las responsabilidades que cada uno de los integrantes. “Uno de los objetivos de la comunicación interna es que todos los integrantes de la organización estén comprometidos y sepan a dónde va. Es decir, que todo trabajador tenga claro en qué contribuye a que la compañía llegue a sus objetivos”, dice Benito Berceruelo, consejero delegado en México de la compañía de comunicación empresarial Estudio de Comunicación.

En el caso del CU UAEM Texcoco, orientar y apoyar a los estudiantes es lo primordial, se considera que existe un equipo de trabajo exitoso que cuenta con información oportuna que el trabajo requiere, pero como se ha venido mencionando las capacitaciones siempre son importantes.

“La colaboración a menudo se consigue en el camino de la innovación, requiere negociación constante entre los miembros del equipo, lo que realmente impulsa la innovación fuera del proceso”, afirma Theresa Wellbourne, directora del Centro de Emprendimiento de la Universidad de Nebraska-Lincoln y CEO de eePulse, firma de tecnología y consultoría de capital humano; pero el trabajo en equipo mejora la colaboración aumentando las posibilidades de éxito de la empresa. De acuerdo con los resultados arrojados existe un trabajo de colaboración con

la coordinación la cual permite proponer y mejorar el trabajo, con aportes eficaces que se dirigen al logro de objetivos. Se abren canales de comunicación con la planilla de docentes lo cual permite evitar rumores, evitando problemas graves.

Todos los docentes son valiosos, cuentan con un compromiso con la institución. Se sienten parte de un buen lugar para trabajar, la satisfacción en el trabajo es buena, los docentes buscan crecimiento profesional, se pueden desarrollar estrategias para contribuir con el desarrollo de habilidades y conocimientos para evitar fuga de talentos.

La satisfacción laboral en el docente finalmente se refleja en sus prácticas didácticas, corroboradas por los alumnos de la licenciatura de contaduría, ya que ellos han respondido satisfactoriamente con las prácticas didácticas utilizadas por sus docentes.

Por otra parte los docentes sienten ese compromiso hacia los alumnos, por lo cual deberán esforzarse aún más para implementar nuevas formas de impartición de clases utilizando las nuevas tecnologías de la información en sus cátedras, fortalecer e inculcar el espíritu institucional y el compromiso social de cada profesionista, así como el amor a su país. Realmente los docentes tienen una gran tarea de enseñar, desarrollar competencias tanto profesionales como técnicas, así como desarrollar el sentido de honestidad y lealtad a sus principios y valores, se debe de trabajar y combatir la inmadurez estudiantil que afecta a un gran porcentaje de los estudiantes

Conclusiones y trabajos futuros

Esta investigación tuvo como propósito identificar los factores que influyen en el desempeño laboral del docente, así como los factores que se manifiestan en la satisfacción de resultados tanto de docentes como de alumnos.

Los docentes encuestados se encuentran satisfechos, su área de trabajo es adecuada, el trabajo que realizan les agrada, tienen funciones definidas.

Las relaciones interpersonales dentro de la planilla de docentes suelen ser agradables, abiertas y cordiales. Llegar a acuerdos no resulta tan complicado si se toma en cuenta que la mayor parte de los docentes comparten ideas, necesidades e intereses comunes

Las variables que influyen en el liderazgo dentro del CU UAEM Texcoco son esenciales y de suma importancia a la coordinación tiene el sentido común de abrir oportunidades en la comunicación con los docentes.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Se aceptan propuestas, se llevan a cabo y así se permite que sigan fluyendo nuevas estrategias de mejora.

Existe credibilidad en la coordinación que se ocupan ideas y propuestas lo cual da confianza y se estimula a mayor participación, de esta forma existe la satisfacción con la forma de trabajo, se disminuyen conflictos y se eleva la eficacia en el desarrollo de la carrera.

La coordinación delega responsabilidades poder y autoridad, los docentes saben que cuentan con el respaldo de la coordinación.

El interés hacia los docentes permite mayor desarrollo y compromiso, como se ha venido estudiando el reconocer a los integrantes de la organización, no solo económicamente existen otros tipos de reconocimiento que son de mayor relevancia, como el reconocimiento.

Existe interés hacia los docentes, se realizan cursos para su crecimiento profesional, aunque no del todo se descarta la idea de dejar el trabajo por un sueldo alto.

Se desarrolla una comprensión mutua y así evitar la fuga de talentos, buenos profesores que ayudan a la formación de buenos profesionistas y apoyan al buen funcionamiento de la coordinación por lo tanto a generar un buen clima organizacional y por ende su calidad de vida.

Este trabajo se abordó el clima organizacional y como se vincula con las prácticas docentes en la licenciatura en contaduría del Centro Universitario UAEM Texcoco y la percepción que tienen los jóvenes estudiantes al respecto. Sin embargo, algunos de los trabajos que se pudieran considerar para un futuro y que pueden ser los estudios consecutivos son:

El análisis de las percepciones y opiniones de los estudiantes hacia el desarrollo de las prácticas didácticas y el desarrollo de competencias profesionales y técnicas.

Un análisis de clima organizacional en los estudiantes y el aprovechamiento académico.

Factores intrínsecos y extrínsecos que intervienen en el clima organizacional en instituciones de educación superior: Una comparación de instituciones públicas y privadas.

Estudio del impacto del uso de las TIC's para desarrollar una comunicación asertiva para la creación de un buen clima organizacional en las instituciones de educación superior.

Un análisis de las nuevas tecnologías de la información para la contribución de desarrollar competencias genéricas profesionales y establecer un clima organizacional. Medición e indicadores de rendimiento académico bajo el enfoque teórico y metodológico de la corriente teórica de la cultura organizacional.

Referencias bibliográficas

AQUINO, Jorge y otros; “Recursos Humanos (para no especialistas)”; Ed. Macchi S.A.; 1993; Buenos Aires.

BROW W.; MOBERG D.; “Teoría de la Organización y la Administración: enfoque integral”, Ed. Limusa; México; 1990.

BRUNET, Luc, “El Clima de Trabajo en las Organizaciones”, Ed. Trillas, México, 1992. Cátedra: “Administración”, Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Ciencias Económicas, Serie Cuadernos N° 123, “La Motivación y el Trabajo”, 2000. Cátedra: “Administración de Personal”; Prof.: ALLENDE, M. del Carmen; Trabajo Práctico: “Higiene y Seguridad Laboral”; 4° año; 2001.

Cátedra “Comportamiento Organizacional”; Prof.: FERRARI, M. Ester; Trabajo Práctico: “Fusión de Culturas”; 4° año; 2001.

Cátedra: “Dinámica de Grupos”, Prof.: MILLONE, Andrés, “Liderazgo”, 3° año, 2000.

CHIAVENATO, Idalberto; “Administración de Recursos Humanos”; Ed. McGraw-Hill; Trad. VILLAMIZAR, Germán A..

CHIAVENATO, Idalberto, “Introducción a la Teoría General de la Administración”; Ed. McGraw- Hill; México; 1989.

DAVIS, Keith, NEWSTROM, John W., “Comportamiento Humano en el trabajo”, Ed. McGraw-Hill, 1999.

DAVIS, Keith, WERTHER, William B., “Administración de Personal y Recursos Humanos”, Ed. McGraw-Hill, Trad. MEJÍA GÓMEZ, Joaquín, México, 1995.

FLEISHMAN, E.A. y BASS, A.R., “Estudios de Psicología Industrial y del Personal”, Ed. Trillas, México DF, 1971. GARCÍA S.; DOLAN S.; “La dirección por Valores”; Ed. McGraw-Hill; España; 1997.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

GONÇALVES, Alexis P., “Dimensiones del Clima Organizacional”, Sociedad Latinoamericana para la Calidad (SLC), Internet, 1997.

GRANELL H.; “Éxito Gerencial y Cultura”; Ed. IESA; Caracas, 1997.

<http://www.elprisma.com>; “Empresa, historia y definición”; “La aparición de la empresa”, “Empowerment”.

<http://www.eduardopressconsultores.com>

<http://www.altonivel.com.mx> 2014 LAZARUS, Richard; “Estrés y procesos cognitivos”; Ed. Martínez Roca; Barcelona; 1986.

LAZZATI, Santiago; “El aporte humano en la empresa”; Ed. Macchi S.A.; 1999.

Material de Internet. Canal Work | Recursos Humanos ; SONORA, Hermosillo, México, 2001.

ROBBINS, Stephen P., “Comportamiento Organizacional”, Ed. Prentice Hall, México, 1999.

SANTINI, Gustavo D., “La empresa integrada”; Ed. New Press Grupo Impresor S.A, Buenos Aires, 2000.

SHERMAN, Arthur W. Jr., BOHLANDER, George W., “Administración de los Recursos Humanos”, Ed. Iberoamérica, 1994.



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Área temática 8

LA COMPETITIVIDAD EN LAS ORGANIZACIONES Y LAS POLÍTICAS PARA LA GLOBALIZACIÓN



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Las mipymes de Argentina y México ante las condiciones y retos del mercado globalizado

La competitividad en las organizaciones y las políticas para la globalización

Eje temático

Autores:

Verónica Ramírez Cortés

Marcos Lucero D'Amico Javier

Ferrera

Profesor de tiempo completo de la Universidad Autónoma del Estado de México campus Valle de Teotihuacán.

Profesor de la Universidad Nacional de San Luis, Argentina.

Estudiante de la Universidad Nacional de San Luis, Argentina.

Tel. 7712324782. vramirez@uaemex.mx, vevia121@hotmail.com



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Las mipymes de Argentina y México ante las condiciones y retos del mercado globalizado

Resumen: *El objetivo del presente trabajo es mostrar los principales resultados de analizar el contexto empresarial argentino y mexicano, delimitando el estudio a las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes). Es una investigación descriptiva-exploratoria que enfatiza en los antecedentes de la estructura productiva de cada país, su clasificación de empresas, características de las mipymes, así como, sus principales problemáticas para mantenerse en el mercado globalizado. Se comparan entre las dos economías los avances en materia políticas públicas con énfasis en los programas de financiamiento a dicho sector empresarial. El presente documento es resultado del trabajo conjunto con fines de identificar los principales factores claves para que las empresas no solo permanezcan en el mercado sino lo hagan de manera competitiva, en la medida de lo posible se propicien alianzas estratégicas y se compartan las buenas prácticas empresariales.*

De los principales resultados destaca la importancia que poseen las mipymes en ambas economías tanto en generación de empleos como en aportación al Producto Interno Bruto. Es importante señalar la similitud en los hechos económicos, políticos y sociales entre México y Argentina como países latinoamericanos o emergentes. En Argentina las pymes representan un sector importante, no obstante en México tienen mayor presencia las microempresas en su mayoría desarticuladas, informales y con fuertes problemas administrativos y financieros. Un elemento importante es que se ha trabajado en políticas de financiamiento a través de programas públicos impactando con mayores beneficios en México que en Argentina según datos del OCDE y Banco de México. En términos de competitividad empresarial se han delimitado factores básicos para comparar los resultados a obtener.

Abstract: *The aim of this paper is to analyze the main results of the Argentine and Mexican business context, limiting the study to micro, small and medium enterprises (MSMEs). It is a descriptive-exploratory research that emphasizes in the history of the production structure of each country, its business classification, characteristics of MSMEs, as well as their main problems to remain in the global market. The two economies are compared between advances in public policy matters with emphasis on funding programs in that business sector. This document is the result of joint work for the purpose of identifying the main key factors for companies to not only remain in the market but do it competitively, as far as possible strategic alliances encourage and share good business practices.*

Of the main results it highlighted the importance possessing MSMEs in both economies, equally job creation and contribution to GDP. It is important to note the similarity in economic, political and social events between Mexico and Argentina as Latin America or emerging countries. In Argentina SMEs represent an important sector, however micro companies have a greater presence in Mexico, mostly disjointed, informal with strong administrative and financial problems. An important element is that it has worked on financing policies through public programs impacting with higher profits in Mexico than in Argentina according to the OECD and Banco de Mexico. In terms of business competitiveness it have been identified on basic factors to compare the results to be obtained.

Palabras claves: competitividad empresarial, mipymes, México, Argentina.

Introducción

A pesar de diversos esfuerzos internacionales, regionales, e inclusive locales por realizar estudios a las empresas con el propósito de encontrar soluciones a las diferentes problemáticas que se han presentado a lo largo de la historia, estos aún han sido insuficientes. El presente trabajo centra el estudio en las mipymes de dos economías –México y Argentina– que tienen antecedentes

económicos, políticos y sociales similares. La principal justificación es comparar las condiciones en que se desenvuelven estas economías consideradas emergentes y que basan su estructura productiva en las mipymes ante un escenario macroeconómico vulnerable y adverso en el que prevalece un ambiente globalizado con pocas oportunidades para que se desarrollen e inclusive muchas de ellas mueren en el intento.

Sin duda, las políticas macroeconómicas impuestas, la eliminación de barreras a la entrada de un sinnúmero de



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

productos, las fallas de mercado y poca efectividad de la participación del gobierno en los asuntos económicos han debilitado en mayor medida al sector mipymes.

El sector empresarial entendido como el conjunto de unidades económicas de producción y decisión que, mediante la organización y coordinación de una serie de factores (trabajo, tierra, capital, organización y tecnología), persiguen obtener un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en un mercado complejo, debe ser un factor importante para los gobiernos, independientemente, del modelo económico imperante, ya que la estructura productiva es un detonante de crecimiento y desarrollo de las regiones. Sin embargo, en las mipymes se centran la atención ya que representan un porcentaje importante para la creación de empleos, provocan eslabonamientos productivos y participan en la generación de la producción bruta.

Es importante destacar los intentos realizados por organismos internacionales a través de diversas políticas, programas o apoyos para emprender o mantenerse en el mercado, sin embargo, los resultados son divergentes frente a las metas planteadas.

El trabajo se desarrolla describiendo de manera general las condiciones económicas de los años cuarenta del siglo XX de ambas economías, se describen sus características, programas de apoyo particularmente de financiamiento, se concluye identificando las fortalezas de cada país en términos de fortalecer el sector empresarial estudiado.

La introducción permite desarrollar temas como el problema que se está tratando y su contexto, así como la motivación del proyecto. También se incluyen párrafos que contengan nociones previas al tema principal. Una buena idea será redactar la introducción abarcando primero los temas más generales e ir centrándose cada vez más en el tema principal.

Condiciones económicas Argentina México

Sin duda, el factor más importante de estas economías, es la caracterización como emergentes o subdesarrolladas. De manera específica, en la década de 1940 tanto México como Argentina atravesaron por un fuerte proceso de industrialización denominado “Modelo de Sustitución de Importaciones. Esta política tuvo como estímulo principal la falta de productos elaborados provenientes de las naciones europeas industrializadas durante las guerras mundiales e incluso durante la gran depresión.

Se advierte en este periodo una consolidación concluyente, con una activa participación de la pequeña y mediana

empresa en el desarrollo de la economía argentina, reflejada a través de un marcado incremento de su participación en la generación del PBI. Aún con fuertes vaivenes político-institucionales y una seguidilla de cambios de gobiernos constitucionales y gobiernos de facto, en este período se desarrollaron fuertemente la industria del acero, cemento, la industria química, petroquímica, madera, papel, textil etc. El Estado tuvo un rol muy importante a través del instrumento de control de cambio, con el objeto de restringir la competencia de mercados externos.

Por aquellos años Argentina se estaba convirtiendo en el país más industrializado de Sudamérica después de Brasil.

En México imperaba la participación del gobierno en los asuntos económicos con el objetivo primordial de edificar un modelo industrial en que se buscaba que el mercado interno fuese autosuficiente. El Estado pasó a tener un papel muy activo empleando una variada gama de instrumentos y políticas, tales como: administración de cuotas de importación, promoción sectorial, aplicación de mecanismos extra-arancelarios, financiamiento a través del Banco de Crédito Industrial y líneas de redescuento del Banco Central.

El MSI para México señala Guillen (2013) tenía como propósito proteger a la industria naciente para que a través del tiempo fuese competitiva permitiendo no sólo abastecer el mercado interno, sino la exportación, no obstante, esto no ocurrió.

Para Argentina se exhibió gran dinamismo, lo que permitió a las mipymes en un contexto de mercado interno reducido, realizar un proceso de aprendizaje con importantes logros pero no sin presencia de obstáculos, evidenciados principalmente en materia de equipamiento, organización, escala, capacitación, e información. Estas limitaciones fueron adquiriendo un aspecto lo suficientemente negativo como para afectar tanto la productividad como la calidad de estas empresas, alejándolas de los niveles de competitividad que se registraban a nivel internacional.

Para 1970, especialmente, para el norte de México se desarrolló el programa de industrialización fronteriza, en el que básicamente predominaron por un corto tiempo las maquiladoras de pequeñas y mediana escala, de capital estadounidenses, desvinculadas del proceso de industrialización nacional, incapacitados de generar eslabonamientos productivos debido a la falta de competitividad en términos de precio y calidad.

Durante la misma década tanto en México como en Argentina se vislumbró un cambio de política económica en el que se planteó en una filosofía de total confianza, en



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

el mercado, como principal eje de recursos y un papel subsidiario del Estado. Se estableció un programa de liberalización de los mercados. Posteriormente la apertura externa proponía la eliminación del conjunto de regulaciones, subsidios y privilegios. Las políticas de este periodo se extendían a partir de un enfoque marcadamente cortoplacista que procuraba modernizar e incrementar la eficiencia de la economía.

El aparato productivo vivió varios factores negativos, por mencionar, contracción del mercado por los bajos niveles de demanda de productos industriales locales, tanto interna por la competencia de productos importados, como externa por la baja calidad con precios altos. A su vez, las altas tasas de interés que superaban largamente toda posibilidad de rentabilidad productiva y su constante crecimiento llevó a las empresas a niveles de endeudamiento que en muchos casos solían superar el valor de sus activos (Kosacoff, 1993).

Durante la primera década del presente siglo se produce un refloreamiento del sector de mipymes, esta reestructuración de condiciones económicas que vivía cada país es la consecuencia inminente de las crisis económicas más dramáticas para Argentina durante 1999-2002, mientras que, para México en 1976, 1982, 1988 y la gran crisis financiera de 1994, que aunque no es motivo de análisis es el parteaguas para comprender las condiciones económicas imperantes.

Bajo diferentes estrategias, el gobierno ha procurado implementar diferentes programas de apoyo a este sector empresarial ya que desde el año 2000 representa la mejor alternativa para mantener en operación el sistema económico de estas económicas. Resulta pertinente mostrar las diferentes concepciones que muestran instituciones públicas o privadas en torno a la clasificación de las mipymes.

México.-

Con base a la revisión de literatura existen diferentes criterios que se utilizan para determinar el tamaño de las empresas desde el número de empleados, volumen de ventas, valor de activos, volumen de exportaciones, etc. La Secretaría de Economía (SE) establece su clasificación según el número de empleados y el sector de actividad como se muestra en la tabla 1, mientras que, Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), publicó la clasificación de las empresas en función al sector de actividad económica, sus trabajadores y sus ventas anuales (ver tablas).

Tabla 1. Clasificación de empresas según número de trabajadores, 2009.

| Estrato | Industria | Comercio | Servicios |
|--------------|-----------|----------|-----------|
| Microempresa | 1-30 | 1-5 | 1-20 |
| Pequeña | 31-100 | 43983 | 21-50 |
| Mediana | 101-500 | 21-100 | 51-100 |
| Grande | 500 ó + | 100 ó + | 100 ó + |

Fuente: Secretaría de Economía.

Tabla No. 2 Clasificación de empresas según número de trabajadores, volumen de ventas y sector de actividad, 2009

| Tamaño | Sector | Número de trabajadores | Volumen de ventas anuales | Tope máximo combinado |
|---------|-----------------------|------------------------|---------------------------|-----------------------|
| Micro | Todas | Hasta 10 | Hasta \$4.00 | 4.6 |
| Pequeña | Comercio | 11 a 30 | Desde \$4.01 hasta \$100 | 93 |
| | Industria y servicios | 11 a 50 | | 95 |
| Mediana | Comercio | 31 a 100 | Desde \$100.1 hasta \$250 | 235 |
| | Servicios | 51 a 100 | | |
| | Industria | 51 a 250 | | |

Fuente: Secretaría de Hacienda y Crédito Público

Puede apreciarse que, a pesar de ser dependencias de gobierno, cada institución presenta una clasificación, la cual no se ha modificado desde el 2009, el uso de clasificación depende el investigador o institución, no obstante, la publicada en el Diario Oficial de la Federación, es esta última. Es importante señalar que el tamaño de la empresa se determinará a partir del puntaje obtenido conforme a la siguiente fórmula: Puntaje de la empresa = (Número de trabajadores) X 10% + (Monto de Ventas Anuales) X 90%, el cual debe ser igual o menor al Tope Máximo Combinado de su categoría.

Es importante mencionar que con base a la clasificación por número de empleados, del total de establecimientos en México, el 95.4 por ciento corresponden a microempresas, aportando el 9.8 por ciento a la producción bruta. De manera divergente, los establecimientos grandes con base a su número de empleados representó apenas el 0.2 por ciento, participando en la producción bruta con el 64.1 por ciento según datos del Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI, 2014). Sin duda, son datos que destacan no solo para reflexionar sino para trabajar en



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

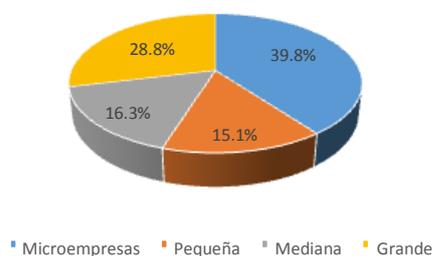
“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

propuestas coordinadas que contribuyan a mejorar las condiciones de producción de las microempresas.

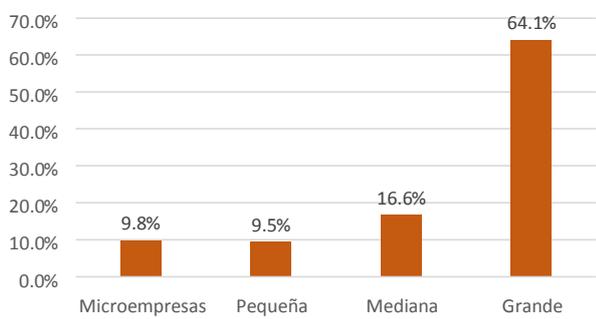
Dos datos adicionales que son importantes mencionar es la distribución del personal ocupado según el tamaño del establecimiento y la participación porcentual en la producción bruta con base a los datos proporcionados en Censo Económico de INEGI 2014. Puede observarse en el gráfico No. 1 muestra que de cada 100 ocupados cerca de 40 están empleados en una microempresa y 3 de cada 10 están laborando en una empresa grande.

Se aprecia en la gráfica No. 2 que la empresa grande participa con el 64.1 por ciento en la generación de producción bruta a pesar de solo representar el 0.2%, son datos contrastantes que merecen especial atención, mientras que, la microempresas solo participan con cerca del 10 por ciento.

Gráfica No. 1 Distribución porcentual del personal ocupado según tamaño del establecimiento en México, 2013



Gráfica No. 2 Participación porcentual en la producción bruta por tamaño de establecimiento en México, 2014



Economía 401/89, 208/93 y 52/94 y Circular “A” 1600 modificada por la Circular “A” 2089 del BCRA. Éstas utilizaban como parámetros atributos cuantificables de las empresas, los cuales eran aplicados en forma simultánea.

Los atributos utilizados eran los siguientes:

- 1) Personal ocupado
- 2) Ventas Anuales
- 3) Ingreso Bruto Anual
- 4) Activos productivos
- 5) Patrimonio Neto
- 6) Capital Productivo

Cabe resaltar que dependiendo del sector de actividad económica de las empresas eran aplicables diferentes atributos. Los atributos correspondientes, computados en sus valores reales para cada empresa, permitían la determinación de un puntaje sobre la base del cual se definía o no la condición de PyME. A los efectos de realizar el cálculo de dicho puntaje se utilizaba la siguiente fórmula:

$$P = (10 \text{ POe/POm} \cdot 10 \text{ VAe/VAm} \cdot 10 \text{ APe/APm}) \cdot 1/3$$

Dónde:

- P = Puntaje Pyme asignado a la empresa
- PO = Personal ocupado
- VA = Ventas anuales o ingresos brutos anuales, según corresponda
- AP = Activos productivos o patrimonio neto, según corresponda
- M = Tope máximo establecido
- E = Valor real de la empresa

Con la sanción de la N° 24.467 en 1995, el criterio basado en el cálculo de puntajes (Res. 401/89), descripto anteriormente, pierde vigor. A partir del año 2002, como consecuencia de la devaluación de la moneda soberana y de un fuerte aumento en el nivel general de precios, la Secretaría PyME dicta una nueva Resolución ajustando los montos de facturación. Disposición que se repetiría en los años: 2006, 2010, y la última en 2013.

Tabla No. 3 Disposición 147/2006

| Tamaño / Sector | Agropecuaria | Industria y Comercio | | |
|-----------------|--------------|----------------------|------------|-----------|
| | | Minera | Comercio | Servicios |
| Micro | 456 | 1.250.000 | 1.850.000 | 467.5 |
| Pequeña | 3.040.000 | 7.500.000 | 11.100.000 | 3.366.000 |

Argentina.

El Ministerio de Economía y el Banco Central de la República Argentina (BCRA) coexistían complejas formas de determinación: Resoluciones del Ministerio de



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

| | | | | |
|--|------------|------------|------------|------------|
| Mediana | 18.240.000 | 60.000.000 | 88.800.000 | 22.440.000 |
| Fuente: Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional | | | | |

| Tabla No. 4 Resolución 50/2013 Sector de actividad económica (pesos argentinos) | | | |
|--|--------------------|-------------|------------|
| Agropecuario | Industria y Minera | Comercio | Servicios |
| 54.000.000 | 183.000.000 | 250.000.000 | 63.000.000 |
| Fuente: Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional | | | |

En las tablas No. 3 y No. 4 se muestran las diferentes clasificaciones que tenía Argentina del 2006 al 2013, se observa que en el 2006 se consideraba los diferentes rubros de micro, pequeña y mediana empresa. Actualmente, PyME son todas aquellas empresas que mantienen como máximo los montos de facturación señalados según su giro de actividad económica.

Una de las características elementales de las empresas del sector es su origen familiar. Éstas tienen como rasgo distintivo que la propiedad y cultura de la compañía permanece casi invariable en el tiempo, y en poder de pocos socios. Datos estadísticos según la Fundación Observatorio PyME y la Encuesta estructural a sector PyME. 2013 revelan que el 81 por ciento del total de PyMEs, es una empresa familiar, y sólo el 19 por ciento restante no pertenece a esa categoría.

Tales características, que se definen a través del título de propiedad de la empresa y el traspaso generacional dentro de un núcleo familiar, tienen efectos sobre la gestión empresarial. Las PyMES se identifican como protagonistas, puesto que coadyuvan a una menor concentración económica y a una, consecuente, mejor distribución de la riqueza, se encuentra íntimamente ligada al emprendedurismo y el autoempleo, entendidos estos como dos fenómenos claves de mejoramiento en términos de inclusión social y lucha contra la pobreza. El problema sin duda se presenta cuando el origen de una empresa se deriva de la necesidad de sobrevivencia del individuo y su familia.

En cuanto a la generación de empleo, el sector PyME concentra el 51 por ciento del total de empleados. Además, resulta interesante destacar que durante la crisis financiera del año 2009, el 96 por ciento de los establecimientos productivos pequeños y medianos mantuvieron sus plantillas, mientras que en las empresas de mayor envergadura se registraron numerosos despidos quedando una base social vulnerable.

Principales problemáticas de las mipymes.

El sector empresarial de estudio ha sido una alternativa de política económica para países desarrollados y en proceso de desarrollo, mientras que, las empresas transnacionales se empoderan, crecen y abarcan cada vez mercados más grandes. La globalización penetra en todas las economías impactando en las regiones de diferente forma e intensidad. La tendencia política de ambas economías ha sido la desregulación y eliminación de barreras a la entrada de productos, no obstante, los productos a exportar tienen grande competencia en precio, calidad y cercanía de mercados. Ante la estructura productiva de cada país, las políticas de regulación y las propias condiciones de creación de las mipymes ha resultado compleja su permanencia en el mercado.

Las principales problemáticas en las mipymes identificadas en ambas economías se resumen en la Tabla No. 5. Se observan diferentes áreas problemáticas, algunas son débiles y se deben erradicar. Sin duda el financiero es otro problema agudo que se vive en las empresas, al no querer contratar financiamiento por los altos costos en tasas de interés, bucratización, falta de reinversión y sólo ocuparlo para capital de trabajo. Se observa en el tabla de abajo que son diversas las características que enfrenta el sector empresarial, muchas de ellas se tornan problemáticas y coinciden entre ambas economías. Es necesario reforzar los estudios con propuestas que promueven en las empresas de estudio el interés de participar en el cambio en las áreas de oportunidad para mejorar sus condiciones en el mercado.

| Tabla No. 5 Principales características de las mipymes por área | |
|---|---|
| Área de empresa | Características principales |
| Dirección | La dirección en manos del propietario |
| | Planificación precaria -enfoque cortoplacista |
| | Canales fluidos de comunicación |
| | Simplicidad en la toma de decisiones e iniciativas |
| Producción | Elevados costos de operación |
| | Dotación tecnológica desfasada |
| | Serie pequeñas de fabricación |
| | Productividad relativamente baja |
| Compras | Alta capacidad de adecuación a las necesidades cambiantes de mercado |
| | Desventajas en precios, calidad y plazos de entrega. |
| Almacen | Bajo poder de negociación frente a fuertes proveedores. |
| | Deficiente gestión de stocks |
| | Riesgos frecuentes de ruptura de stock. |
| | Imposibilidades de racionalización cuando dependen de grandes empresas (proveedores-clientes) |
| Marketing | Menores costos de almacenamiento. |
| | Medios acotados a su alcance |
| | Dificultades en la integración del Marketing Mix |
| | Facilidades de comunicación y adaptación |



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

| | |
|--------------------|--|
| | Errores de enfoque, priorizando el producto y no el mercado |
| Innovación | Carencia de recursos para poder desarrollar una tecnología propia |
| | Utilización de procesos de bajo costo |
| | Posibilidades de apropiación de tecnología externa a precios bajos |
| Información | Importante grado de flexibilidad que facilita la innovación y adaptación a nuevas tecnologías |
| | Asimetrías de información, principalmente en el plano financiero |
| | Pocos medios y poca atención a la información que se puede recibir o emitir |
| | La baja cantidad y calidad de información financiera contable le hace más difícil acceder a créditos más |

Fuente: Elaboración propia con base a revisión de literatura.

Desarrollo Metodológico

Para el desarrollo de la investigación se trabajó con fuentes secundarias de ambos países, revisión de bases de datos de diferentes instituciones, revisión de literatura y la discusión entre los interesados en la investigación, lo que ha permitido realizar la primera etapa de la investigación, la identificación de la problemática de las mipymes entre dos las económicas emergentes de América: México y Argentina. El trabajo se realiza de manera conjunta identificando las causas estructurales, los medios paliativos a partir de la política económica vigente en cada país y la identificación de propuestas para las mipymes ante la imperante globalización. El trabajo se centra en identificar las principales alternativas que tienen las empresas de estudio sobre la obtención de apoyos financiero a través de programas públicos infiriendo si estos programas han dado respuesta efectiva a resolver la problemática de las mipymes.

Resultados

En el presente apartado se abordaran los principales programas de financiamiento público dirigidos al sector mipymes.

Argentina.

La oferta de programas e instrumentos de asistencia y promoción a las PyMEs en Argentina, se encuentra concentrada principalmente en el ámbito de la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional (SEPyME) y sus vinculaciones con el Banco de la Nación Argentina.

Las políticas diseñadas por la SEPyME tienen como principal objetivo el fortalecimiento competitivo de las PyMEs que desarrollen actividades productivas. Para lograr la finalidad de un desarrollo con mayor integración,

equilibrio, equidad y eficiencia de la estructura productiva, promueve diferentes instrumentos y programas de asistencia, promoción y desarrollo para el tramo que involucra al pequeño empresariado. Si bien, múltiples programas hoy vigentes datan de periodos anteriores (1995–2000) es en la actualidad donde los mismos fueron instrumentados. La efectiva puesta en marcha de los mismos se tradujo en uno de los principales desafíos que debió enfrentar la SEPyME.

Al considerar los factores que inciden en el crecimiento de las PyMEs, se advierte una diferencia sustancial sobre la forma en que estos operan dependiendo si corresponden al entorno financiero y de negocios, o al ámbito del conocimiento. La SEPyME brinda diferentes instrumentos que tienen como objetivo facilitar el acceso de los pequeños y medianos empresarios a servicios profesionales de asistencia técnica, capacitación y tutoría de proyectos productivos, mejorando la calidad de sus recursos humanos y brindándoles herramientas que les permitan interpretar con mayor integridad el entorno en que se desenvuelven y, de esa forma, adaptarse y responder de forma más eficiente a los cambios que en él se generan. Los principales instrumentos vigentes, son:

1. Régimen de Crédito Fiscal para Capacitación:

Este régimen representa un respaldo económico que tiene como objetivo incentivar a las PyMEs a que inviertan en la capacitación de sus recursos humanos, reembolsando los gastos mediante la emisión de un certificado de crédito fiscal endosable, que permite cancelar tributos nacionales.

2. Programa Federal de Capacitación y Asistencia Técnica:

El Programa Federal de Capacitación y Asistencia Técnica, tiene como principal propósito realizar acciones en procura de estimular el crecimiento, la formalización, y la asociatividad del empresario PyME. Además es una herramienta de aliento para la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos.

3. Programa de Apoyo a la Reconversión Empresarial:

El programa beneficia a las PyMEs en la co-financiación de proyectos de asistencia técnica orientados a fortalecer la competitividad de las mismas en áreas tales como: proyectos de exportación; promoviendo la asociatividad con empresas de mayor tamaño, y en la sustitución de importaciones e integración de cadena de valor con clientes y proveedores.

El programa prevé financiar hasta un 50 por ciento de los estudios en asociación con la compañía.



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Programas de internacionalización y Promoción del Comercio Exterior.

En la última década, el perfil de las exportaciones argentinas ha comenzado a evidenciar una mayor presencia de exportadores PyME. No obstante, la cantidad de este conglomerado de empresas que realiza exportaciones sigue siendo limitada en relación al universo total de PyMEs productivas. En este contexto, es fundamental una participación activa del Estado en la conformación de mecanismos e instrumentos orientados a impulsar un mejoramiento en la inserción internacional del pequeño y mediano empresariado. En la actualidad, los principales programas destinados a la promoción del comercio exterior son:

1. Programa de Apoyo a la Primera Exportación:

Este programa proporciona apoyo y asistencia técnica a aquellas PyMEs que deseen iniciarse en el ámbito de la exportación. Se centra en tareas de estudio y diagnóstico de mercado, promoción comercial, y definición de una visión estratégica de largo plazo.

2. Programa de Grupos Exportadores

Es un instrumento orientado a impulsar el desarrollo de esquemas asociativos sectoriales entre PyMEs pertenecientes a un mismo sector de actividad o cadena productiva, interesadas en internacionalizar sus operaciones a través de una herramienta cooperativa en común.

3. Programa de Articulación Exportadora entre Grandes Empresas y PyMEs Vinculadas

El programa actúa como un nexo entre grandes empresas industriales que operan en el país y PyMEs con capacidad exportadora. El principal objetivo es que ambas partes realicen un esfuerzo conjunto, coordinado, y en un único sentido, para fortalecer mutuamente sus negocios exportadores.

En conclusión, los instrumentos orientados a ampliar y mejorar la inserción de las PyMEs en los mercados externos persiguen dos objetivos fundamentales:

- i. concientizar al empresariado sobre el valor de las alianzas cooperativas en el diseño de las estrategias productivas y comerciales de las empresas.
- ii. promover una inserción dinámica y diversificada en el comercio mundial que impulse la capacidad de aumentar la productividad e incorporar mano de obra.

Programas e Instrumentos Financieros

Estos programas e instrumentos surgen como iniciativas que tienen como objeto moderar los déficits de fondeo —en el capítulo siguiente se expone un análisis exhaustivo de los mismos— que afectan de forma diferencial al segmento productivo PyME. Dentro del conjunto de herramientas presentes en la agenda gubernamental podemos distinguir a dos categorías que difieren de forma básica:

- Operaciones Financieras Directas, como ejemplo: Régimen de Bonificación de Tasa de Interés.
- Operaciones Financieras Indirectas, como ejemplo: Sistemas de Garantías Recíprocas (SGR).

i. Régimen de Bonificación de Tasa de Interés.

Es un instrumento que se presenta como una propuesta corporativa, vinculando al pequeño y mediano empresario con organizaciones intermedias del sistema financiero, aquí el aparato estatal se revela como garante y como medio facilitador proveyendo a los potenciales beneficiarios de un procedimiento de convocatoria.

Ésta es la más usual de las herramientas asistenciales que integran la agenda de gobierno de un país. Su operatoria consiste en la licitación entre bancos de fondos presupuestarios destinados a bonificar la tasa de interés activa para los préstamos dirigidos al segmento PyME, adjudicándose los fondos según la —menor— tasa propuesta.

- ii. Fondo Nacional para el Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (FONAPyME). Es un instrumento creado a partir de la ley 25.300, administrado actualmente por la SEPyME, tiene como principal objetivo desarrollar el mercado de capital de riesgo y brindar financiamiento a proyectos de micro, pequeñas y medianas empresas, estén las mismas en marcha o prontas a ser creadas.

- iii. Programa de Financiamiento Productivo del Bicentenario (PFPB). Este programa se destina a financiar nuevos proyectos de inversión con una tasa fija anual del 9,9%. Sus principales objetivos son: “la profundización de las políticas de aliento a la inversión productiva; atender la demanda de un mercado interno en constante expansión; aprovechar las excelentes oportunidades que ofrece el mercado externo para la exportación de bienes y servicios; generar nuevas herramientas financieras que viabilicen la ejecución de inversiones productivas a largo plazo; aumentar la producción local; generar más trabajo genuino y mejor remunerado y sustituir importaciones”.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

iv. “Línea de Crédito para la Inversión Productiva” (LCIP). La LCIP obliga a las entidades financieras, cuyo “importe de depósitos del Sector Privado No Financiero (SPNF) –promedio de los últimos tres meses– sea igual o superior al 1% del total de los depósitos del SPNF en pesos del sistema financiero”, a destinar en la forma de préstamos por lo menos el 5% de estos depósitos a empresas. El 50% de dicho monto deberá ser otorgado a PyMES y deberá financiar “proyectos de inversión destinados a la adquisición de bienes de capital y/o a la construcción de instalaciones necesarias para la producción de bienes y/o servicios y la comercialización de bienes y/o servicios. Estos fondos no podrán destinarse a la adquisición de una empresa en marcha o de tierras o a la financiación de capital de trabajo”.

Con base a los datos estadísticos que reporta Banco Central de la República Argentina y Ministerio de Industria la República Argentina menos del 10 por ciento de los empresarios solicitan crédito.

México.

Es importante mencionar que desde la década de los años 2000, ha sido tema de agenda nacional el apoyo a las mipymes desde su capacitación hasta el otorgamiento programado de recursos financieros del sector gubernamental. Se han apertura un gran número de programas para estimular las actividades empresariales. Actualmente, el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) ofrece apoyos para capacitación especializada, consultoría, certificaciones, diseño e innovación, transferencia de tecnología, comercialización, infraestructura productiva, equipamiento, entre muchas otras.

Es importante mencionar que las instituciones que otorgan créditos a las mipymes, es a través de recursos públicos y privados. La Secretaría de Economía, es una dependencia del Poder Ejecutivo Federal que promueve la competitividad y el crecimiento económico de las empresas y junto con el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) y su Dirección General de Programas para MIPYMES productivas concentra sus esfuerzos en apoyar a estas empresas para que crezca su competitividad. A través de convocatorias como la Formación de Capacidades de las MIPYMES, éstas recibirán recursos para optimizar sus estrategias de mercadotecnia, diseño, mejorar sus productos, implementar sistemas de calidad, servicio al cliente y desarrollar sus habilidades administrativas, financieras y legales.

El Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa busca apoyar a las empresas, con el propósito de promover el desarrollo económico nacional, a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a programas y proyectos que fomenten la creación, desarrollo, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de la micro, pequeña y mediana empresa.

El Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa tiene por objeto fomentar el desarrollo económico nacional, regional y sectorial, mediante el fortalecimiento ordenado, planificado y sistemático del emprendimiento y del desarrollo empresarial en todo el territorio nacional, así como impulsar la consolidación de una economía innovadora y competitiva. Programa de Parques Industriales

Un parque industrial es una superficie delimitada y diseñada especialmente para el asentamiento de una planta industrial en condiciones adecuadas de ubicación, infraestructura, equipamiento y de servicios, con una administración permanente para su operación. La Subsecretaría para la micro, pequeña y mediana empresa, ha implementado el Programa de Parques Industriales, como un instrumento para promover la oferta de infraestructura industrial que ofrecen los parques industriales instalados en todo el país, así como para atraer inversionistas nacionales y extranjeros a los desarrollos industriales.

Programa Nacional de Empresas Gacela (PNEG)

Es un programa que atiende a empresas que tengan un alto potencial de desarrollo sin importar el sector del que provengan, así como fomentar, impulsar y consolidar su crecimiento para aumentar su productividad, sus ventas y su capacidad generadora de empleos. Por medio del programa se otorgan herramientas y apoyos que permitan un crecimiento aún mayor. El programa busca apoyar a aquellas empresas que en realidad tengan la capacidad, habilidades, liderazgo e innovación suficiente para convertirse en las futuras entidades de alto impacto en el país.

Programa Nacional de Empresas Tractoras

Las empresas tractoras son todas aquellas grandes empresas que fomentan el crecimiento y desarrollo económico a nivel Macro, ya que la mayoría de ellas son grandes firmas a nivel nacional o internacional. Las empresas tractoras de México representan un mercado fundamental para el crecimiento y apuntalamiento de las micro, pequeñas y medianas empresas, en especial las denominadas gacelas, luego de que las compras de las



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

grandes compañías, como las cadenas comerciales y hoteleras incrementan sus activos y capital.

Conclusiones

Las características y condiciones que enmarcan a México y Argentina son muy similares en tiempo y espacio, buscando estrategias de permanecer en una economía globalizada. Los gobiernos de cada economía buscan establecer mecanismos para aprovechar las condiciones de apertura y libre mercado, no obstante, ante las condiciones estructurales y problemas internos no necesariamente las economías responden de manera efectiva.

A pesar de los esfuerzos que los gobiernos hacen a través de la política pública sobre las diversas problemáticas de enfrentan las mipymes, observamos de manera particular que, a pesar de diferentes programas que México y Argentina tienen vigentes y en operación, estos no han sido suficientes en términos de resultados. Con base a los datos estadísticos se observa que las empresas no aprovechan este tipo de programas, esto se debe a otros problemas a los que se enfrentan, por citar, la falta de regulación tributaria, falta de planeación, organización y dirección, no contar con documentos contables y financieros para demostrar la solvencia económico-financiera, falta de profesionalización en todos sus estamentos, entre otros.

Es necesario la asesoría a este sector empresarial para aprovechar los programas de apoyo financiero, no para responder a sus necesidades de capital de trabajo o necesidades básicas primarias, sino que es necesario orientarlo a la inversión. Es importante evaluar el costo que implica financiar a las mipymes en términos del riesgo que implica cuando las empresas incumplen en el pago de su crédito.

Acaso el desarrollo de organismos calificadoros de riesgo especializados en este segmento de empresas, sumado a la ampliación de los mercados financieros que se extiendan más allá de las capitales de Argentina y México, y el asesoramiento permanente por parte de profesionales especializados, contribuya a lograr el crecimiento sustentable, su proliferación por todo el territorio nacional y el posicionamiento a nivel global de las micro, pequeñas y medianas empresas de ambos países.

Derivado de las reflexiones anteriores surge el interés de plantearse como futuros trabajos conjuntos, la identificación de los problemas de este sector empresarial para acceder al financiamiento pero sobre todo como abatirlos; los riesgos que asume cada economía al canalizar recursos financieros públicos a las mipymes inestables y con alto riesgo de incumplimiento y, finalmente otro tema

de gran interés es estudiar el nivel de información financiera en términos de calidad y cantidad para la reducción de riesgo y acceso a créditos con recursos tanto públicos como privados.

Referencias bibliográficas

ABAPPRA. (2013) “Guía de Instrumentos Financieros para Pymes”. Buenos Aires;

Comisión Económica para América Latina (1993) La industria argentina: Un proceso de reestructuración desarticulada Kosacoff, B.

Guillen, R. H. (2013) México: del Modelo de Sustitución de Importaciones al nuevo modelo económico *Comercio exterior* en Vol. 63, Núm. 4, Julio y Agosto de 2013.

Fundación Observatorio PyME (2015), Informe Especial: “Financiamiento productivo en PyMEs. Un análisis comparado”; Buenos Aires III.

Fundación Observatorio PyME (2015), Informe Especial: “La Coyuntura de las PyMEs”; Buenos Aires; III.

Páginas electrónicas:

<http://www.gob.mx/hacienda> <http://www.gob.mx/se/>

<http://www.inegi.org.mx/default.aspx>

<https://www.inadem.gob.mx/>

<http://www.produccion.gob.ar/institucional/subsecretarias/secretaria-de-emprendedores-y-pymes/>

<http://www.observatoriopyme.org.ar/>



UAEM | Universidad Autónoma
del Estado de México
Centro Universitario UAEM Valle de Teotihuacán

5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

El biocomercio un acercamiento teórico como alternativa para erradicar la pobreza

Eje temático

La competitividad en las organizaciones y las políticas para la globalización

Autores:

Rebeca Teja Gutiérrez

Nidia López Lira

Rosa María Rodríguez Aguilar Roberto

Romero Paz

Profesor de tiempo completo de la Universidad Autónoma del Estado de México

Estudiante de la UAEM Texcoco.

Tel. 5548902720. rebeteja@yahoo.com.mx; n.lopezlira@hotmail.com;
aguila_rosa@hotmail.com; mx001_rrp@hotmail.com



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

El biocomercio un acercamiento teórico como alternativa para erradicar la pobreza

Resumen: Las zonas rurales de los países subdesarrollados tienen en común la pobreza y la sobreexplotación de sus recursos naturales sin que estos se reflejen en desarrollo social ni económico y México no es la excepción. Para combatir estos problemas el Biocomercio es una alternativa que ha resultado de gran beneficio para las comunidades que emprenden negocios basados en el desarrollo de productos y servicios con criterios de sustentabilidad económica, social y ambiental. Este trabajo tiene el propósito de analizar el enfoque teórico y metodológico del biocomercio y la viabilidad de implementarlo en México. La investigación es un estudio básico, con un enfoque cualitativo basado en una revisión bibliográfica y documental. Se concluye que México cuenta con la infraestructura institucional, legal y sobre todo con una amplia riqueza de biodiversidad que puede ser aprovechada bajo el esquema del biocomercio, y aplicarse como parte de sus políticas públicas de desarrollo rural.

Abstract: The rural areas of the underdeveloped countries have in common the poverty and the over-exploitation of their natural resources without these being reflected in social development neither economic and Mexico is not the exception. To fight these problems the biotrade is an alternative that has resulted from big benefit for the communities that start business based on the development of products and services with criteria of economic, social and environmental sustainability. This work has the intention of analyzing the theoretical and methodological approach of the biotrade and the viability of implementing it in Mexico. The investigation is a basic study, with a qualitative approach based on a bibliographical and documentary review. It is concluded that Mexico is provided with the institutional, legal infrastructure and especially with a wide wealth of biodiversity that can be useful under the scheme of the biotrade, and to be applied like part of its public politics of rural development.

Palabras claves: Pobreza, Biocomercio, México.



5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Introducción

La pobreza es un tema sensible alrededor del mundo, y aunque el combate a la misma disminuya; según el informe de las Naciones Unidas (2014) la pobreza extrema se ha reducido a la mitad de 1990 al 2010, sin embargo la percepción que se tiene sobre el tema cambia cuando se sabe que existen regiones rurales y es similar a las de hace veinte años, al igual cuando se escuchan noticias donde se transmiten imágenes de zonas precarias que resaltan la pobreza en la viven las personas que ahí habitan.

La pobreza se manifiesta más en el área rural; como lo señala (Méndez Barrios, 2003), siendo la situación más crítica en las comunidades indígenas. Los habitantes de zonas rurales son afectados por una serie de dificultades que limitan su desarrollo integral; el aislamiento geográfico, las pocas fuentes de trabajo y la falta de aplicación de programas comunitarios acordes con las necesidades reales de estos pobladores, son algunos de ellos, lo que provoca grandes dificultades para obtener un mejoramiento de la calidad de vida (Bonilla Houdelatth, 2008).

Sin opciones viables de desarrollo, las comunidades pobres obtienen sus medios de subsistencia irremediamente de la biodiversidad circundante. Lo que trae como consecuencias la transformación de ecosistemas naturales a campos de cultivos de subsistencia, lo que conlleva a la sobre explotación, erosión y degradación de los recursos naturales, la pérdida de la biodiversidad, desequilibrios ecológicos, este proceso potencializa la vulnerabilidad, cerrando de esta manera el círculo vicioso de pobreza y degradación de los recursos naturales (Méndez Barrios, 2003).

De tal manera que se establece una relación de pobreza – biodiversidad (Méndez Barrios, 2003), dicha problemática deberá

eminente aborsarse multidisciplinariamente.

Para sosegar el círculo vicioso antes mencionado, se han creado programas para combatir estos inconvenientes, como los Mercados Verdes, bajo ese contexto el Biocomercio representa una alternativa para la conservación del medio ambiente, la generación de riqueza y la reducción de la desigualdad para lograr avances hacia el desarrollo en comunidades rurales (Vega Christie, 2012).

Desarrollo Metodológico

El objetivo de este trabajo de investigación es realizar un análisis sobre la corriente teórica del Biocomercio, sus beneficios, alcances, apoyada por la metodología AyDM (Análisis y Desarrollo del Mercado) y proceso de ejecución, así como analizar las condiciones viables para que en México se pueda implementar como una política pública, y ser una alternativa para generar riqueza en las zonas precarias, mediante el aprovechamiento de la biodiversidad de cada zona, creando empresas rurales que puedan comercializar bienes y servicios sustentables.

El tipo de investigación es básica, con un enfoque cualitativo descriptivo, a través del método analítico se realizó una revisión bibliográfica y documental. El trabajo de investigación aporta un análisis sobre la infraestructura institucional, legal y sobre todo con una amplia riqueza de biodiversidad de México, se analizan las condiciones viables para que el Biocomercio sea una alternativa en las políticas públicas del desarrollo rural en el Gobierno Mexicano.

El trabajo está estructurado de la siguiente manera, en la primera sección se abordan los orígenes y causas de la pobreza en zonas rurales, en la segunda sección se menciona al Estado y organismos gubernamentales como



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

facilitadores del programa del biocomercio, en la tercera sección se aborda las políticas públicas y las fuentes de financiamiento, así como la viabilidad del programa para implementarlo en México. La última sección presenta las conclusiones.

Origen y causas de la pobreza en zonas rurales La pobreza es un tema sensible alrededor del mundo, y a lo largo de la historia las sociedades humanas han alterado sus ambientes biofísicos; han modificado ecosistemas y generado desechos, la adición de fertilizantes químicos y otros desechos domésticos e industriales; en su productividad biológica, al reducir drásticamente la productividad de los ecosistemas por su sobreexplotación o por la contaminación provocada por desechos tóxicos; en sus dinámicas poblacionales, reflejada en la extinción de miles de especies; en sus estados sucesionales, al alterar los ritmos de maduración de los ecosistemas y finalmente, en sus diversidades biológicas, al simplificar ecosistemas enteros sometiéndolos a las mono culturas. Esta situación ha llevado a la humanidad a varias encrucijadas con respecto a los factores que amenazan a la biodiversidad (Toledo, 1998).

La pobreza y la pobreza extrema en el área rural se constituyen en un obstáculo para la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad ya que bajo esta situación la subsistencia, basada en la explotación de los recursos naturales, prevalece sobre cualquier otro uso de los mismos. Esta pobreza se manifiesta en la transformación de ecosistemas naturales a campos de cultivos de subsistencia, sin tener en cuenta su vocación y su uso potencial, lo que conlleva a la sobre explotación, erosión y degradación de los recursos naturales, la pérdida de la biodiversidad, desequilibrios ecológicos, este proceso potencializa la vulnerabilidad, cerrando de esta manera el círculo vicioso de

pobreza y degradación de los recursos naturales (Méndez Barrios, 2003).

Con lo anterior se establece la relación pobreza – biodiversidad, además agrega (Méndez Barrios, 2003) que eminentemente este es un problema multidisciplinario.

Si bien el reporte de los Objetivos de Desarrollo del Milenio es alentador acerca del cumplimiento de la disminución de la pobreza, hay que preguntarse si es sostenible, además el mismo reporte señala que no hay avances en la sostenibilidad del medio ambiente (Naciones Unidas, 2014), y entre sus mayores desafíos esta en detener la pérdida de bosques; el planeta pierde 16.1 millones de hectáreas de superficie forestal al año, de las cuales 15.2 millones corresponden entre las zonas del trópico (FAO, 2012) donde también se pierde una inmensa biodiversidad dentro de estos ecosistemas.

Para sosegar el círculo vicioso antes mencionado, se han creado programas para combatir estos inconvenientes, como los Mercados Verdes, bajo ese contexto el Biocomercio representa una alternativa para la conservación del medio ambiente, la generación de riqueza y la reducción de la desigualdad para lograr avances hacia el desarrollo (Vega Christie, 2012).

El Biocomercio fue creado en 1996 en el marco de la Reunión de la Conferencia de las Partes del Convenio sobre Diversidad Biológica en Buenos Aires, Argentina (Vivas Eugui, 2001) y que tras poco más de una década y después de varios foros, convenciones, y la implementación de los primeros programas nacionales se le definió como: Aquellas actividades de recolección, producción, transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa (recursos genéticos, especies y ecosistemas) que involucran prácticas de conservación y uso sostenible, y son generados con criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica (UNCTAD, 2007).



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Toda una conjugación de objetivos de las diferentes convenciones y organizaciones asistidas por la Organización de las Naciones Unidas son planteados para resolver problemas ambientales como: Conservación de las especies, pérdida de la biodiversidad, contaminación de aire, agua y suelo enfocado a países subdesarrollados que cuentan con ecosistemas mega diversos, sin embargo la iniciativa Biotrade puede ser aplicada a otros países que no son considerados mega diversos (UNCTAD, 2007).

Además con en el conjunto de Principios y Criterios de Biocomercio redactados en la (UNCTAD, 2007) se trata de contrarrestar los siguientes problemas social-económicos entre ellos:

- Distribución desigual de ingresos en zonas rurales
- Dificil acceso a mercados
- Pocos o nulos mercados específicos
- Poca o nula financiación o acceso a créditos
- Nula educación financiera
- Desempleo en zonas rurales
- Segregación de grupos nativos
- Perdida de prácticas tradicionales
- Condiciones laborales inhumanas

También se agrega a esta lista la subutilización de tierras y el énfasis de segregación de la mujer en el sector laboral en zonas rurales.

Asimismo la (UNCTAD, 2007) detecto falta de leyes y/o programas nacionales para la explotación de la biodiversidad además los productores no tienen certeza jurídica sobre la tenencia de la tierra.

Para la implementación de los programas bajo el lineamiento del Biotrade el Instituto Alexander Humboldt; pionero en el desarrollo de estos programas, da prioridad a la siguiente lista de productos y servicios (Guzman L. & Gonzalez A., 2004):

Ecoturismo: turismo que se desarrolla en áreas con un atractivo ambiental especial.

Productos naturales maderables: productos maderables de las plantaciones forestales.

Sistemas Agropecuarios: es la producción derivada de las actividades agrícolas sostenibles.

Productos Naturales No Maderables: productos que se encuentran en los bosques diferentes a la madera cultivada.

Para tener una idea más precisa de lo que es un producto y/o servicio de Biocomercio Sostenible (Guzman L. & Gonzalez A., 2004) lo define como aquel que se deriva del aprovechamiento de recursos biológicos (incluidos los silvestres y domesticados) que involucran criterios de buen manejo ambiental y social, además de distinguirse por su rentabilidad económica y financiera.

Para poder desarrollar estos productos y servicios se desarrolló el Programa de Facilitación del Biocomercio (BTFP por sus siglas en inglés) el cual es un programa que opera dentro de la Iniciativa BioTrade de la UNCTAD. El BTFP ha desarrollado una serie de lineamientos cuyo propósito es orientar a los países beneficiarios en el proceso de selección y fortalecimiento de cadenas de valor. Dichos lineamientos necesitan ser ajustadas de acuerdo con la realidad y las prioridades de cada país y cadena de valor (Naciones Unidas, 2009).

La UNCTAD ha desarrollado específicamente las siguientes actividades en el marco del BTFP:

Facilitación del acceso a servicios de organizaciones (normalmente no accesible para los socios y empresas) y coordinación entre éstas;

Provisión de servicios de expertos no disponibles en los países beneficiarios;

Generación de información de mercados orientada hacia la demanda, que permita la toma de decisiones;



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

4. Desarrollo de enfoques metodológicos, buenas prácticas y guías; y
5. Facilitación del intercambio de experiencias entre socios acerca de asuntos prioritarios

Como ya se mencionó anteriormente el programa de Biocomercio tiene entre sus objetivos la distribución equitativa de los ingresos, para lo cual se define el término de "cadena de valor" desde el enfoque de (Naciones Unidas, 2009) como las relaciones que se establecen entre los actores involucrados, directa e indirectamente, en una actividad productiva cuyo propósito sea agregar valor a cada una de sus fases.

Para ejecutar las Cadenas de Valor de productos de Biocomercio se desarrollaron lineamientos metodológicos en base a un informe con referencia en la Metodología Análisis y Desarrollo de Mercado de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y de un taller acerca de su aplicación con socios del BTF en Zimbabwe, en Mayo de 2002 (Naciones Unidas, 2009).

El (AyDM) es una metodología participativa diseñada para brindar asistencia a las poblaciones en el desarrollo de empresas generadoras de ingresos y al mismo tiempo, en la conservación de los recursos forestales y arbóreos. El AyDM se compone de una fase de planificación preliminar y cuatro fases sucesivas. Los materiales de capacitación están diseñados con fin de adaptarse hacia contextos de países y regiones muy diferentes y para una variedad de productos y propósitos (FAO, 2013).

La iniciativa Biotrade ha sido implementada en 14 países en dos continentes del mundo: Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, Perú, Sudáfrica, Botswana, Malawi, Namibia, Mozambique, Swazilandia, Zambia, Zambaje y Uganda. Por otra parte están en proceso de implementación en Vietnam, Indonesia, Costa Rica y Paraguay (UNCTAD, 2007).

El estado como facilitador del programa biocomercio

La experiencia que ha generado la implementación de proyectos con enfoque de Biocomercio han dejado al descubierto fortalezas y debilidades del programa y es precisamente esta última que se detectó la necesidad de la diferenciación de productos de Biocomercio en el mercado. En ese contexto el (BTFP) introduce la Unión Ética para el Biocomercio (UEBT por sus siglas en inglés) la cual busca involucrar al sector privado en la utilización sostenible de la biodiversidad y promover la conciencia y reconocimiento del Biocomercio en los mercados. Para ello, crea una red de organizaciones afines al Biocomercio con la finalidad de orientar a las empresas del sector privado y generar oportunidades de negocio. Así, los miembros de la UEBT pueden ser tanto actores involucrados directamente en la cadena de producción de productos y/o servicios de Biocomercio (organizaciones productoras, empresas procesadoras, comerciantes) miembros comerciales como actores que no están directamente involucrados en la producción y/o comercio de los productos y/o servicios del Biocomercio pero que contribuyen a la difusión de sus principios éticos miembros afiliados. En su propósito por promover la conciencia y reconocimiento del Biocomercio en los mercados (Vega Christie, 2012).

La UEBT tiene 18 miembros afiliados (Union for Ethical BioTrade, 2015):

- BiodivSourcing
- Bio-Innovacion Zimbabwe, Zimbabwe
- Copecoh, Perú
- Corpei, Ecuador
- Cruchon Developpement, Francia
- Banco de Desarrollo de América Latina (CAF)
- Fondo Biocomercio, Colombia
- Bosques Aleve, Australia



5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

- Fundación Amigos de la Naturaleza (FAN), Bolivia
- Imaflora, Brasil
- Corporación Financiera Internacional (IFC), EUA
- Instituto Peruano de Productos Naturales (IPPN)
- MOBBRASIL
- PROMPERU
- Rongead, Francia
- Tozzini Freire, Brasil
- VIMAMES, Vietnam

Organismos gubernamentales, no gubernamentales y educativos

Puede El Estado es un actor muy activo para el apoyo a las empresas con enfoque de Biocomercio, tanto con políticas, planes, programas e instituciones que promuevan, introduzcan, organicen, midan los resultados y en general ayuden que se cumplan los objetivos para los fines que se han establecido.

Estos organismos apoyan a través de la elaboración de planes de negocio, planes de uso y aprovechamiento, definición de protocolos de aprovechamiento in situ, fortalecimiento de cadenas, estudios de mercado, capacitaciones, asistencia técnica (López Osorio, 2007).

Un ejemplo de ello es el Programa Nacional de Promoción de Biocomercio (PNPB) en Perú que impulsa a nivel nacional el Biocomercio mismo que se origina de los objetivos de la Estrategia Nacional de la Biodiversidad Biológica como principal referencia para concebir el Programa Nacional Ambiental, tiene como visión consolidar y articular los eslabones de la cadena exportadora de los productos priorizados de la biodiversidad nativa del Perú en forma competitiva en armonía con las tendencias y estándares internacionales (Vega Christie, 2012).

Estas organizaciones también dan a conocer el avance de los proyectos de Biocomercio a través de los datos que proporcionan, como las ya mencionadas anteriormente. Son de vital importancia para darles seguimiento y apoyo a las iniciativas empresariales de Biocomercio (López Osorio, 2007). Tal es el caso del Instituto de Investigaciones Biológicas Alexander von Humboldt que es la institución encargada de realizar la investigación básica y aplicada sobre los recursos genéticos de la flora y fauna nacional, de levantar y formar el inventario científico de la biodiversidad y funciona como oficina de Biocomercio Sostenible en Colombia (Guzmán L. & González A., 2004); (Lopez Osorio, 2007).

Otras instituciones gubernamentales involucradas son: Corpocaldas; con la creación de la ventanilla de mercados verdes además de elaborar clusters, Procuena y también intervienen para el apoyo de estos emprendimientos las secretarías de Gobiernos tanto nacionales como locales tal es el caso de la Secretaria de Agricultura de Caldas, Corporación Autónoma Regional; que fortalece el programa de mercados verdes y Biocomercio, Cámara de Comercio de Manizales, todas ellas en Colombia (Lopez Osorio, 2007).

Es importante señalar que no solo las instituciones nacionales se involucran en los proyectos del Biocomercio también las de países extranjeros SECO, GIZ, CAN, OTCA (Vega Christie, 2012) o como es el caso de la Cooperación Técnica Alemana (GTZ) en el proyecto PerúBiodiverso en coordinación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), los Gobiernos Regionales de San Martín, Junín, Loreto y Cajamarca y sus respectivas Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) (Morales Gaitan, 2011).

Alrededor del mundo hay más socios involucrados en el BTFP entre ellos: The International Trade Center (ITC), Phyto Trade África, BioNativa Bolivia, The Swiss Import



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Promotion Programme (SIPPO), The Centre for the Promotion of Import from Developing Countries (CBI) y la propia UNCTAD (Vega Christie, 2012).

El sector educativo y de investigación de las universidades son un apoyo de gran importancia para el desarrollo e implementación de los programas con enfoque de Biocomercio tal es el caso de la Universidad Tecnológica de Pereira que participa en el proyecto de producción, comercialización y transformación de la gadua en el Departamento de Risaralda en Colombia (Guzmán L. & González A., 2004).

Asimismo (Gil Bravo, 2012) dogmatiza que el Biocomercio también ha tomado importancia en el sector de la educación como universidades e instituciones, que están ejerciendo un papel importante en el desarrollo de nuevas alternativas en cuanto a productos y sobre todo para incentivar y potencializar el tema como una estrategia de conservación del medio ambiente y competitividad.

Como es el caso de Colombia donde la Universidad de Caldas crea el Programa Ecovida, las Universidades Autónoma y de Manizales tienen programas de apoyo a las empresas de Biocomercio y manejan líneas de investigación en medio ambiente (López Osorio, 2007). **Políticas y Planes de Estado**

Para la implementación de la iniciativa del Biocomercio se requiere de un trabajo interdisciplinario y global, como ya se describió anteriormente intervienen instituciones gubernamentales, educativas, asociaciones especializadas tales como agrícolas, agroindustriales entre otras y organizaciones no gubernamentales, así también se requieren de políticas por parte del Estado que apoyen estas iniciativas empresariales con enfoque de Biocomercio.

Es el caso de Colombia que aborda el tema tanto en la Política Nacional de Biodiversidad

como en el Plan Nacional de desarrollo, igualmente es un tema de trabajo dentro de la Visión Colombia II Centenario 2019 elaborado por el Departamento Nacional de Planeación en el 2006, donde se determinan metas para el fortalecimiento de los sectores que aprovechan sosteniblemente la biodiversidad (López Osorio, 2007).

En Perú se implementó la Estrategia Nacional de Diversidad Biológica que tiene como Objetivo la conservación de la diversidad biológica y contempla “Integrar el uso Sostenible de la Diversidad Biológica en los Sectores Productivos y determina el “Establecimiento de un Programa Nacional de Biocomercio” con el objetivo de “Fomentar el uso sostenible de la diversidad biológica con criterios de sostenibilidad económica, social y biológica”, constituyendo una alternativa de progreso para el Perú y un incentivo para la conservación, por el tipo de desarrollo que podría generar.

En el año 2005 se constituye el grupo Técnico Nacional “Comisión Nacional para la Promoción del Biocomercio Perú” mediante el Decreto N° 005 2005 CONAM/CD, como soporte político y de dirección, adscrita al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) (Vega Christie, 2012); (Gil Bravo, 2012) y un año después se formula la Estrategia Nacional de Biocomercio. El 2010 se crea la Comisión Nacional de Promoción de Biocomercio, esta Comisión es de carácter multisectorial y está constituida por 14 instituciones (8 instituciones públicas, 3 gremios empresariales y 2 universidades. La comisión está presidida por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y cuenta con una secretaría técnica a cargo de PROMPERÚ y el IIA (Gil Bravo, 2012) y agrega (Vega Christie, 2012) MINAM, MINAG, MRREE, PRODUCE, CONCYTEC, entidades del sector privado como ADEX, APTAE, IPPN, y las universidades PUCP, UPCH y UNALM.



5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Leyes y Reglamentos

Para la implementación de la iniciativa Biotrade los países anfitriones de esta, han tenido que modificar sus leyes inclusive crearlas de tal manera que den cumplimiento mínimos requeridos como lo establecen los “Principios y Criterios del Biocomercio” para su realización, así fue el caso de Colombia que estableció la Ley 165 de 1994, con la cual Colombia ratifica el Convenio de Diversidad Biológica, hace explícita los principios de uso sostenible de la biodiversidad, conservación y distribución justa y equitativa de beneficios, ejes temáticos de la Iniciativa de Biocomercio Sostenible (López Osorio, 2007).

En Perú la Constitución Política establece en su artículo 68 que el Estado “Está obligado a promover la conservación de la diversidad biológica” (Gil Bravo, 2012); (Vega Christie, 2012). En ese mismo país la Ley General del Ambiente (Ley 26811 publicada el 15 de octubre de 2005), considera a la diversidad biológica y sus componentes (como parte de los recursos naturales) son parte del patrimonio natural de la Nación (Gil Bravo, 2012).

Financiamiento

El programa de empresas con enfoque de Biocomercio tiene todo el apoyo del Estado en estos países que han adoptado este sistema para combatir la pobreza y la pérdida de la biodiversidad, sin embargo hay una dificultad para estas, que se ven limitadas en el plano económico, y es la falta al acceso del financiamiento formal como bien documenta (Fustamante Olvera, 2012) donde artesanos de Perú que trabajan con algodón nativo no pueden cumplir con pedidos grandes donde una de las causas es la falta de financiamiento; los bancos solicitan prendas hipotecarias para otorgar préstamos ya que la actividad artesanal es considerada de alto riesgo, el sector que se ha dedicado a otorgar préstamos pero aún restringidos y a altas tasas de interés, son las Edpymes hasta con un costo de 34% de interés, y el crédito informal resulta ser excesivo, en tal

sentido una de las grandes barreras para el surgimiento de los pequeños emprendimientos es la falta de acceso o el costoso acceso al sistema financiero.

A diferencia de la variedad de los organismos gubernamentales y no gubernamentales mencionados anteriormente, las instituciones que financian a las empresas con enfoque de Biocomercio son pocas.

Dentro del programa de Facilitación de Biocomercio, se introduce la línea de Corporación Financiera Internacional (IFC por sus siglas en inglés) la cual tiene el objetivo de facilitar el acceso a la financiación para las empresas del Biocomercio (Vega Christie, 2012).

Entre las que se puede mencionar el Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT) como entidad

financiadora en Colombia además de ejercer la orientación de la metodología y enfoque de cadena de valor a través de los equipos de trabajo de desarrollo rural empresarial y DAPA (Arcos Dorado, Sistematización de una experiencia de cadena de valor de Biocomercio y su aporte al enfoque territorial del desarrollo rural: El caso de la cadena apícola en el Departamento del Huila año 2005 al 2007, 2009).

Por otra parte, el MINCETUR en Perú ha financiado íntegramente el Proyecto de Recuperación de la Fibra de Algodón Nativo, durante el periodo 2004- 2009 (Fustamante Olvera, 2012).

Viabilidad económica

Esta iniciativa viene creciendo desde que se implementó el primer programa de Biocomercio hasta ahora que son ya 14 países que implementan estos proyectos que se dirigen con los principios y criterios del Biocomercio, una referencia que sirve para determinar la factibilidad de la iniciativa. Además la misma UNCTAD nos proporciona datos para medir el avance del programa, las



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

fichas son de cuatro países latinoamericanos: Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia que son pioneros en la iniciativa y han creado instituciones y planes nacionales donde además de planear los proyectos les dan seguimiento y miden resultados obtenidos: En el año 2007 el total de ingresos por la exportación de especies, productos y sectores promovidos en los países andinos comprometidos con el Biocomercio fue de 223.4 millones de dólares y en el año 2008 aumentó a 238.7 millones (Development, 2012), en la gráfica 1 se muestra la distribución de los ingresos y sus respectivos aumentos.

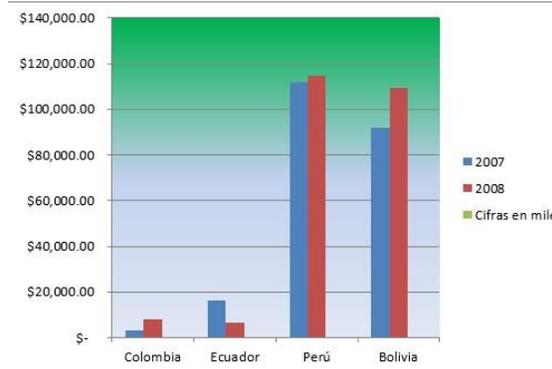


Figura 1: Gráfica 1. Ingresos de los productos del Biocomercio. Fuente: Elaboración propia con Datos de la (Development, 2012).

Un dato más que apoya la conjetura de que el Biocomercio es una alternativa, es la proporcionada por (Becerra & Ramos, Biocomercio Sostenible, 2002) que apunta actualmente estos productos y servicios constituyen entre el 30% y 40% de las exportaciones actuales de Colombia y un rubro muy importante en el PIB nacional.

Otro apunte positivo lo aporta (Becerra & Ramos, 2002) quien menciona que las empresas relacionadas con productos de Biocomercio crecen cada día, “en términos de mercado, a nivel mundial, los productos y servicios provenientes de recursos biológicos suma más de USD900 billones a nivel mundial y está en un continuo crecimiento.

La exportación de productos orgánicos en el sector agrícola ha crecido exponencialmente en los últimos años, con una tasa de 119% comparando los años 2007 y 2013. Por tanto la variación promedio anual desde el 2007 al 2013 fue de 22%, lo que demuestra la gran dinámica de crecimiento en comparación con otros productos, incluso considerando los años de crisis económica mundial (Zevallos, 2014).

Complementando La Sociedad Internacional de

Ecoturismo señala que los productos y servicios verdes representan una nueva oportunidad de mercado. Las ventas mundiales de productos orgánicos se están incrementando anualmente en cinco mil millones de dólares. En el año 2007 alcanzaron un valor de 46 mil millones de dólares. De igual forma, el mercado de productos pesqueros ecoetiquetados creció entre los años 2008 y 2009. También el ecoturismo es actualmente el sector de mayor crecimiento en la industria del turismo, estimándose su incremento en el gasto en 20% por año (Gómez, 2013).

Análisis de resultados de las conclusiones de los estudios de casos

Los mercados verdes entre ellos el Biocomercio y la producción certificada; que garantiza la sostenibilidad es una tendencia mundial. Cada año registra aumento en las ventas por el consumo de productos y servicios derivados de este tipo cada vez son más empresas que actúan para mejorar las condiciones de vida de los principales actores de la cadena de suministro, los pequeños productores agropecuarios (Vega Christie, 2012).

Por mencionar un ejemplo las empresas procesadoras y fabricantes de chocolates Mars y Ferrero se comprometieron a abastecerse al 100% con cacao sostenible para el 2020 (KPMG, 2012).



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

También los gobiernos son actores importantes como el holandés que junto a actores del sector privado, ONG's y organizaciones de desarrollo firmaron en el año 2010 una Carta de Intención donde se anuncia explícitamente el objetivo de garantizar en el 2025 el 100% del consumo de cacao sostenible en los Países Bajos (KPMG, 2012).

El gobierno alemán junto con miembros del sector privado, la sociedad civil y cooperaciones de desarrollo ha puesto en marcha desde el año 2012 el Foro de Cacao Sostenible con el objetivo de aumentar la cantidad de cacao sostenible producido y mejorar la vida de los pequeños agricultores (KPMG, 2012).

A pesar de ser esfuerzos unilaterales su impacto es trascendental Holanda procesa el 25% del cacao mundial y Alemania consume aproximadamente el 12.4% del cacao producido mundialmente (KPMG, 2012).

Estas acciones conllevan al desarrollo sostenible de las regiones rurales de países subdesarrollados como es el caso del proyecto Biocomercio en Risaralda, Colombia donde ha trascendido la asesoría de iniciativas empresariales para emprender procesos de desarrollo integrales dentro de la región. El Biocomercio es una estrategia de desarrollo económico alternativo para el departamento de Risaralda en la que se aprovecha su riqueza natural. Los productos de Biocomercio se convierten en una alternativa a la crisis cafetalera que vive la región porque requieren mano de obra intensiva para la generación de valor agregado (Guzmán L. & González A., 2004).

Así mismo la actividad económica de la cooperativa COOPAIN en Perú evidencia rentabilidad financiera e ingreso sostenible para los pequeños productores agropecuarios asociados a ella. El esquema de CJ beneficia a los socios al proporcionar la seguridad de un precio razonable (que cubre los costos de producción) y a la vez al favorecer las ganancias (a través de la distribución de

remanentes logrados en gran parte por el premio en el precio). COOPAIN no impone el precio que más les conviene en la compra de materia prima cacao a sus proveedores socios. El precio que ofrece a sus socios productores les permite producir y vender con rentabilidad. Además, se demuestra que la producción es colocada en mercados internacionales, donde los principales clientes son empresas europeas. Su actual diseño, tanto en la concepción como en la estrategia, es producto de un proceso que articula un conjunto de esfuerzos para ir superando obstáculos y a la vez ir progresando con éxito en el marco de la economía de mercado. Su estructura organizacional revela una clara identificación de las funciones centrales: productiva, contable, financiera, planeamiento, industrial, y comercial (Vega Christie, 2012).

Por otro lado (Gil Bravo, 2012) en la evaluación de empresas con enfoque de Biocomercio encontró que los productores están satisfechos con las empresas que les brindan seguridad comercial para sus productos, beneficiándolos y teniendo como impacto positivo el incremento de sus ingresos económicos. También pudo constatar que las organizaciones de apoyo como ONGs son un actor importante dentro de las cadenas de valor de los diferentes productos, puesto que llevan a cabo acciones de sostenibilidad y que han estado presentes en las zonas de influencia de las empresa, incluso antes de la presencia de éstas, haciendo un trabajo de educación, capacitación y revaloración de los productos nativos con los pobladores. Durante la evaluación los empresarios, por lo general manifestaron estar comprendidos en el tema aunque mencionaron también, que esto les exige mucho más, en cuanto a inversión y dedicación. Finalmente apunta que las empresas en su mayoría han sustentado sostenibilidad económica, basada en las evoluciones comerciales demostrando crecimiento en sus ventas.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

La participación de los actores vinculados a todos los eslabones, permite la formulación de estrategias de competitividad a largo plazo con iniciativas empresariales de Biocomercio. Un aspecto a replicar es el logrado articular intereses de varios actores de la cadena y haber logrado generar confianza entre los diferentes actores de la cadena (rurales y urbanos) con las instituciones públicas y privadas asociadas al sector (Arcos Dorado,

Sistematización de una experiencia de cadena de valor de Biocomercio y su aporte al enfoque territorial del desarrollo rural: el caso de la cadena apícola en el departamento del Huila año 2005 al 2007, 2009).

Biocomercio una alternativa para México

Desafortunadamente y después de más de tres décadas de combatir la pobreza desde la era neoliberal no se ha podido erradicar, y solo ha servido como un reiterado discurso que tiene poco sustento en los hechos (Ornelas Delgado, 2006), además se han agudizado la polarización entre las diferentes clases sociales sin que existieran mecanismos sociales de compensación.

Desde entonces las políticas que se han implementado tienen el propósito, más que cambiar todo aquello que provocaba la pobreza, asegurar la gobernabilidad, sobre todo donde se preveía que el creciente deterioro social alentaba la irritación y la acción política radical de la población (Ornelas Delgado, 2006).

Así en 1990 comienza la puesta en marcha del primer programa focalizado “Solidaridad” que se crean mediante las llamadas “transferencias monetarias individualizadas” y operan como subsidio a la demanda, este mecanismo no logra modificar las causas estructurales de la pobreza sino combatir sus expresiones sociales (Ornelas Delgado, 2006).

Los programas focalizados se concibieron más para aliviar temporalmente la situación de algunos pobres extremos que para combatir las causas estructurales determinantes de la pobreza (como la desigualdad en la distribución del ingreso y la riqueza), de ahí que tampoco hayan podido ser los detonantes de un proceso profundo de cambio estructural, o por lo menos de reactivación económica que permitiera el crecimiento, el aumento del empleo y la distribución de la riqueza y el ingreso (Ornelas Delgado, 2006).

Entre 2010 y 2012, la proporción de personas en pobreza en el país pasó de 46.1 a 45.5 por ciento, es decir, en número de personas en pobreza pasara de 52.8 a 53.3 millones de personas. La pobreza extrema, por su parte, pasó de 11.3 a 9.8 por ciento, lo cual significó la disminución en casi millón y medio de personas (de 13.0 a 11.5 millones), 13.2 por ciento menos que el nivel registrado en 2010 (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, 2013).

Datos que causan indignación vergüenza si se suman los dos datos de pobreza dando un total de 63.1% de pobres en México y resulta peor cuando revisamos los datos en la población nativa (mal llamada indígena) donde este sector de la población tiene más incidencia de ser pobre (76.8 frente a 43.0 por ciento del que no lo es) y el de población en pobreza extrema fue casi cinco veces mayor (38.0 frente a 7.9 por ciento) (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, 2013).

Se puede decir que la implementación de estas políticas por parte del Estado Mexicano han fracasado, si se toma en cuenta que el Estado ha venido incrementando el gasto en dichos programas como bien lo relata (Ortiz Galindo & Ríos Bolívar, 2013) durante el periodo de gobierno de Carlos Salinas (1988-1994), su Programa Nacional de Solidaridad (PRONASOL) aportó 7.1% del PIB en desarrollo social y 0.8% en alivio a la pobreza. Durante el gobierno de Ernesto Zedillo (1994-2000), su programa progresa aportó 8.9% y



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

1.1% del PIB respectivamente. Durante el periodo 2001-2006, el programa Oportunidades ejerció para los mismos rubros, 10.1 y 1.4%

respectivamente. En el sexenio de Felipe Calderón (2006-2012), se erogó 11.3% para programas sociales y 1.8% para combatir la pobreza y sin embargo el número de pobres sigue creciendo.

Resulta increíble que en los Estados donde hay más pobreza resultan ser al mismo tiempo donde existe mayor biodiversidad. Un ejemplo de ello es el Estado de Chiapas la entidad con mayor nivel de pobreza, le siguen en importancia Guerrero, Puebla, Oaxaca (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, 2013) y sin embargo son los estados con mayor biodiversidad en el país.

La pérdida de biodiversidad en México continua siendo un problema de grandes dimensiones en 2011, 28.7% del territorio había perdido sus ecosistemas naturales (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO), 2014).

Ante el fracaso del combate a la pobreza con los actuales modelos y la creciente pérdida de biodiversidad de forma alarmante la creación de empresas con enfoque de Biocomercio resulta ser una alternativa para resolver estos dos problemas que están íntimamente ligados y resultan ser un círculo vicioso.

Desde la década de los noventa México cuenta con normas que establecen los procedimientos, criterios y especificaciones técnicas y administrativas para realizar el aprovechamiento sostenible de productos de la biodiversidad.

El territorio mexicano, apenas mayor al 1% de la superficie terrestre tiene el privilegio de albergar más del 10% de la diversidad biológica del mundo (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO), 2014) con lo que se cumple el requisito para entrar al programa de Biocomercio.

México está preparado para desarrollar los programas de Biocomercio, el primer paso lo dio en 1992 con la firma del Convenio sobre la Diversidad Biológica; con la subsecuente creación de instituciones para dar cumplimiento a este convenio, posteriormente estableció la Ley General de Desarrollo Rural Sustentable en 2001 y en 2004 implemento la Ley General de Desarrollo Forestal Sustentable (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO), 2014).

La biodiversidad en México está protegida legalmente en nuestra Carta Magna, en el artículo 4° constitucional se establecen derechos fundamentales entre los cuales destaca el reconocimiento de que “Toda persona tiene derecho a un medio ambiente sano para su desarrollo y bienestar. El Estado garantizará el respeto a este derecho. El daño y deterioro ambiental generará responsabilidad para quien lo provoque en términos de lo dispuesto por la ley” (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO), 2014).

Además de las leyes ya señaladas, está la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente (LGEEPA) aunado a esto hay 16 leyes de carácter federal que regulan algún componente de la biodiversidad (genes, especies, ecosistemas). En los últimos años se han elaborado dos instrumentos normativos importantes la Ley General de Cambio Climático (LGCC, DOF 2012) y la Ley Federal de Responsabilidad Ambiental (LFRA, DOF 2013). En ambas leyes hay un fuerte reconocimiento de los ecosistemas y los servicios que prestan para el bienestar de la sociedad. También, durante este periodo se publicaron dos Normas Oficiales Mexicanas (NOM): la NOM-164SEMARNAT/SAGARPA-2013, que establece las características y contenido del reporte de resultados de la o las liberaciones realizadas de organismos genéticamente modificados, en relación con los posibles riesgos para el medio ambiente y la diversidad



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

biológica y, adicionalmente, a la sanidad animal, vegetal y acuícola, y LA NOM-059-SEMARNAT-2010 (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO), 2014).

El Gobierno mexicano cuenta con incipientes políticas y programas a la conservación de la biodiversidad y su uso sustentable entre ellos: el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 el tema está incluido en la meta nacional de México Próspero, que contiene los objetivos, estrategias y líneas de acción de los sectores productivos del país y del sector medio ambiente. Los programas sectoriales 2013-2018, en particular el de Medio Ambiente y Recursos Naturales (PROMARNAT), el Programa Sectorial de Desarrollo Agropecuario, Pesquero y Alimentario, y el Programa Sectorial de Marina contienen objetivos, estrategias y líneas de acción que atienden de manera directa la conservación o el uso sustentable de la biodiversidad (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO), 2014).

Sin embargo hay un programa de conservación para el desarrollo sostenible (PROCODES), este promueve la conservación de ecosistemas mediante el desarrollo y fortalecimiento de capacidades de la población para realizar actividades compatibles con el desarrollo sustentable. El programa otorga cuatro conceptos de apoyo: proyectos comunitarios (77% del total de apoyos), cursos de capacitación (14%), estudios técnicos (6%) y apoyo a brigadas de contingencia (3%).

Su población objetivo son propietarios, poseedores, usufructuarios o usuarios de los recursos naturales. En el 2012 el PROCODES se ejecutó en 208 regiones prioritarias, de las cuales 145 son ANP y 63 otras regiones prioritarias para la conservación, en las 32 entidades federativas del país. Las principales fortalezas de este programa son la construcción y el fortalecimiento de capacidades locales, sin embargo tiene como reto importante la

generación de indicadores que evalúen el impacto de sus acciones (CONANP, 2013).

A pesar de ser incipientes los programas existentes y de no contar con una metodología que asegure además la sostenibilidad social y económica como lo sugiere la definición del Biocomercio mediante el cumplimiento de los objetivos de los Principios y criterios del Biocomercio para resolver problemas ambientales, sociales y económicos, son un principio y sirven de base para futuras modificaciones y enriquecimiento de planes y programas para el desarrollo de programas de Biocomercio.

Cabe señalar que México cuenta con suficientes instituciones que tienen atribuciones en materia de biodiversidad estas están distribuidas en al menos tres sectores de la Administración Pública Federal (APF) y hay 17 instituciones involucradas (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO), 2014), por lo que la coordinación interinstitucional es necesaria para lograr avances desde el ámbito de la gestión pública de los recursos biológicos.

Entre las más representativas están Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), Comisión Nacional Forestal (CONAFOR) Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA) Servicio Nacional de Inspección y Certificación de Semillas (SNICS).

El reto que se ha planteado la (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO), 2014) para su uso sustentable es identificar, adoptar y fortalecer opciones de uso y manejo sustentable de la biodiversidad, considerando el aprovechamiento diversificado de los recursos y múltiples esquemas de reconversión productiva, aplicando criterios ambientales basados en las características de los distintos ecosistemas y en las necesidades locales y regionales, y que generen desarrollo y bienestar



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

social a quienes dependen directamente de los bienes y servicios que brindan los ecosistemas.

Para ello identifiqué los siguientes temas clave: Aprovechamiento de la biodiversidad con criterios que aseguran su permanencia, estabilidad y funcionalidad a largo plazo. Generación, fortalecimiento y diversificación de cadenas productivas y de valor derivadas del uso sustentable de la biodiversidad, con beneficios socioeconómicos que se distribuyen de manera cada vez más justa y equitativa, y finalmente creación, alineación y fortalecimiento de políticas públicas y oportunidades que incentivan el uso sustentable de la biodiversidad y el reparto justo y equitativo de los beneficios derivados.

Hay buenas bases para establecer los programas del Biocomercio; instituciones, planes, programas, leyes sin embargo y como es la constante en países donde ya se ejerce el Biocomercio el financiamiento es el talón de Aquiles para este programa como bien reconoce la (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO), 2014) como una tarea pendiente de análisis, ya que la agenda pública ambiental “no ha tenido una adecuada concreción de agendas de gobierno ni suficiente cobertura presupuestal y ha carecido también de apoyos transversales.

Sin embargo en lo que se refiere al financiamiento internacional para proyectos relacionados con la conservación y el uso sustentable de la biodiversidad, los principales aportes han sido los del GEF a través de las distintas agencias implementadoras (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo-PNUD, Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente-PNUMA, y Banco Mundial, principalmente). También se ha contado con la cooperación de los gobiernos de Alemania, Argentina, Canadá, Chile, Estados Unidos, Francia, Japón, Perú, Noruega, Reino Unido, así como del Banco de Desarrollo de América del Norte (BDAN), de la Comisión para la Cooperación Ambiental (CCA), la

Comisión de Cooperación Ecológica Fronteriza (COCEF), la Unión Europea entre otros (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO), 2014).

De acuerdo con lo expuesto se puede decir que México tiene la base legal, institucional y una buena red de universidades para el apoyo en la investigación, para implementar los programas de Biocomercio y trabajando conjuntamente con la UNCTAD recibir apoyos para la orientación en el proceso de selección y fortalecimiento de cadenas de valor mediante el BTFP ajustadas de acuerdo con la realidad y las prioridades del país, así mismo en actividades como facilitación del acceso a servicios de organizaciones (normalmente no accesible para los socios y empresas) y coordinación entre éstas; provisión de servicios de expertos no disponibles en los países beneficiarios; generación de información de mercados orientada hacia la demanda, que permita la toma de decisiones; desarrollo de enfoques metodológicos, buenas prácticas y guías; y facilitación del intercambio de experiencias entre socios acerca de asuntos prioritarios. Además de acceder a las fuentes de financiamientos especializadas para este tema.

Conclusión

La información recopilada en este trabajo muestra que la pobreza en zonas rurales colabora a la pérdida de la biodiversidad de sus entornos por el mal manejo de los recursos disponibles, degradándolos provocando escasez en los ecosistemas agudizando la estrechez en las poblaciones rurales.

Ante tal relación simbiótica el programa de Biocomercio resulta ser una opción para el acometimiento eficaz contra la pobreza con tres objetivos primordiales: sustentabilidad económica, social y ambiental. Con cifras de la misma UNCTAD y de sitios oficiales de los gobiernos, además de empresas que se comprometen a adquirir productos bajo este



5° ENCUESTO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

esquema se señala la viabilidad económica. También en lo social y ambiental de los proyectos de emprendimiento con enfoque de Biocomercio mediante el apoyo con asistencia técnica, comercial y supervisión de instituciones tanto del gobierno como privadas, además de internacionales siendo estas últimas las que ofrecen el financiamiento a dichos programas.

En cambio en México a pesar de que cuenta con una base legal para el manejo, uso y explotación de los recursos naturales y de existir programas sociales para mitigar la pobreza y de un programa de conservación de uso sostenible estos no garantizan un desarrollo social ni económico y la biodiversidad continúa sufriendo un deterioro. Al igual no ayuda a conocer de manera precisa los datos obtenidos de pobreza si no se aplican metodologías de medición con estándares internacionales. Por lo que queda de manifiesto que se necesita una mayor intervención por parte del Estado para guiar estos proyectos y de la participación del sector educativo que como se vio son de gran ayuda con programas específicos y líneas de investigación.

Los mercados verdes están en constante crecimiento, los cuales son una oportunidad de negocio para los pequeños productores rurales que si se asocian y adquieren apoyos; como colaboración técnica y económica de parte del Estado su probabilidad de mejora económica y social aumentaría considerablemente, contribuyendo así al combate eficaz a la pobreza y a la conservación del medio ambiente.



5° ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

Referencias bibliográficas

- Arana Olivos, E. A. (Febrero de 2014). Identificación y análisis de limitantes que enfrentan las comunidades nativas de Anapate y Coriteni Tarso en la selva central, para articularse eficientemente en la cadena productiva de cacao. Propuesta de estrategia de articulación comercial. Identificación y análisis de limitantes que enfrentan las comunidades nativas de Anapate y Coriteni Tarso en la selva central, para articularse eficientemente en la cadena productiva de cacao. Propuesta de estrategia de articulación comercial. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Arcos Dorado, A. L. (2009). Sistematización de una experiencia de cadena de valor de Biocomercio y su aporte al enfoque territorial del desarrollo rural: el caso de la cadena apícola en el departamento del Huila año 2005 al 2007. Sistematización de una experiencia de cadena de valor de Biocomercio y su aporte al enfoque territorial del desarrollo rural: el caso de la cadena apícola en el departamento del Huila año 2005 al 2007. Bogotá, D.C., Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Arcos Dorado, A. L. (2009). Sistematización de una experiencia de cadena de valor de Biocomercio y su aporte al enfoque territorial del desarrollo rural: El caso de la cadena apícola en el Departamento del Huila año 2005 al 2007. Sistematización de una experiencia de cadena de valor de Biocomercio y su aporte al enfoque territorial del desarrollo rural: El caso de la cadena apícola en el Departamento del Huila año 2005 al 2007. Bogotá, D.C., Colombia: Pontificia Universidad Javeriana .
- Becerra, M., & Ramos, A. (2002). Biocomercio Sostenible. Procedimientos de apoyo de Biocomercio sostenible. Bogotá, Colombia: Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt.
- Becerra, M., & Ramos, A. (2002). Biocomercio Sostenible. Procedimientos de apoyo de Biocomercio sostenible. Bogotá, Colombia: Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt.
- Bonilla Houdelatth, E. (2008). Realidad de las comunidades rurales de Costa Rica. Revista Electrónica Educare, XII, 47-59.
- Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO). (2014). Quinto Informe Nacional de México ante el Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB). MÉXICO D.F.: CONABIO.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. (2013). Informe de pobreza en México, 2012. México D.F.: CONEVAL.
- Development, U. N. (2012). Trade and Biodiversity: the Biotrade experiences in Latin America. New York and Geneva: United Nations.
- FAO. (2012). El estado de los bosques del mundo. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- FAO. (2013). Las directrices del facilitador de campo para la implementación de la metodología AyDM. Las directrices del facilitador de campo para la implementación de la metodología AyDM. Roma, Italia: FAO.
- Fustamante Olvera, K. (2012). Procesamiento artesanal del algodón nativo: Actividad económica viable o solo una tradición . Procesamiento artesanal del algodón nativo: Actividad económica viable o solo una tradición . Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- García Yi, J. (2013). Segmentación de mercado de ajíes nativos subutilizados mediante modelos Poisson y Probit ordenados en Lima Perú. Agroalimentaria, 19(37), 91-108.
- Gil Bravo, N. M. (2012). Aporte del Biocomercio a la conservación dela Biodiversidad. Aporte del Biocomercio a la conservación dela Biodiversidad. lima, Perú: Pontificia Universidad Catolica del Perú.



5° ENCUENTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

- Gómez, R. (Segundo semestre de 2013). Cadenas de Valor, comercio exterior y diversidad biológica. *Apuntes*, XL(73), 143-174.
- Guzman L., S., & Gonzalez A., A. (2004). Biocomercio: Una estrategia de desarrollo endógeno para Risaralda. *Scientia Et Technica*, X(25), 297-301.
- KPMG. (October de 2012). Study on the costs, advantages and disadvantages of cocoa certifications. Obtenido de International Cocoa Organization: http://www.icco.org/about-us/international-cocoaagreements/cat_view/30-related-documents/37-fairtrade-organic-cocoa.html
- Lopez Osorio, L. F. (2007). ¿Aportan las empresas de Biocomercio a la conservación de la biodiversidad? El caso de 20 empresas apoyadas y no apoyadas en el Departamento de Caldas. ¿Aportan las empresas de Biocomercio a la conservación de la biodiversidad? El caso de 20 empresas apoyadas y no apoyadas en el Departamento de Caldas. Bogotá D.C., Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Méndez Barrios, J. C. (Mayo de 2003). Pobreza y Biodiversidad. *Pobreza y Biodiversidad*. Guatemala: UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR .
- Morales Gaitan, S. B. (2011). Turismo en espacios rurales de Perú ¿La encrucijada entre el economicismo y la sostenibilidad? *Estudios y perspectivas en turismo*, 609-626.
- Naciones Unidas. (2009). Lineamientos metodológicos para el apoyo a cadenas de valor de productos de Biocomercio. Lineamientos metodológicos para el apoyo a cadenas de valor de productos de Biocomercio. Nueva York y Ginebra : Naciones Unidas.
- Naciones Unidas. (2014). *Objetivos del Desarrollo del Milenio Informe de 2014*. Nueva York: Naciones Unidas.
- Ornelas Delgado, J. (Enero-Marzo de 2006). La política de combate a la pobreza en México, 1982-2005. *Papeles de Población*, 12(47), 85-114.
- Ortiz Galindo , J., & Ríos Bolívar, H. (2013). La pobreza en México, un analisis con enfoque multidimensional. *Análisis Económico*, XVIII(69), 189-218.
- Quispe Ecos, N. (2013). Analisis de la cadena de valor de la papa nativa en los distritos de Huayana y Pomacocha- Provincia de Andahuaylas- Apurímac. Analisis de la cadena de valor de la papa nativa en los distritos de Huayana y Pomacocha- Provincia de Andahuaylas- Apurímac. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Toledo, A. (1998). *Economía de la Biodiversidad*. Economía de la Biodiversidad. México, Distrito Federal, México: Programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente oficina regional para América Latina y el Caribe.
- UNCTAD. (2007). Biotrade initiative. Recuperado el 18 de Noviembre de 2015, de Biotrade initiative: http://unctad.org/en/docs/ditcted20074_en.pdf
- Union for Ethical BioTrade. (2015). Union for Ethical BioTrade. Recuperado el 21 de Marzo de 2015, de Union for Ethical BioTrade: <http://ethicalbiotrade.org/our-members/affiliatemembers/>
- Vega Christie, M. E. (2012). El caso de la cooperativa agraria industrial Naranjillo (COOPAIN): Expresión de Biocomercio en el Perú. El caso de la cooperativa agraria industrial Naranjillo (COOPAIN): Expresión de Biocomercio en el Perú. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Vera. (2001).
- Vite Vigo, A. A. (Agosto de 2014). Agricultura de plantas silvestres en la sierra de Piura: Análisis de un modelo productivo de cultivo y comercialización de pitaya en Frías (Ayabaca-Piura). Agricultura de plantas silvestres en la



5^o ENCUESTRO NACIONAL DE CUERPOS ACADÉMICOS

“Análisis y prospectiva empresarial en México para el siglo XXI”

sierra de Piura: Análisis de un modelo productivo de cultivo y comercialización de pitaya en Frías (Ayabaca-Piura). San Miguel , Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Vivas Eugui, D. (2001). Guía y recomendaciones sobre acuerdos internacionales y asuntos legales relevantes para los programas de Biocomercio en la region andina e insumo para la estrategia regional de biodiversidad de la CAN. Ginebra: UNCTAD.

Zevallos, A. (2014). Feria Biofach 2014. Recuperado el 26 de 03 de 2015, de SIICEX: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/FO-INF-005%20%20Informe%20Ejecutivo%20de%20Ferias>.