

Ciencias Administrativas y Sociales

Handbook T-V

Carmona García-Nélida
Santamaría Ramírez-Yuridia Guadalupe
Almanza Serrano-Leticia

Directores

Ciencias Administrativas y Sociales

Volumen V

Para futuros volúmenes:
<http://www.ecorfan.org/handbooks/>

ECORFAN Ciencias Administrativas y Sociales

El Handbook ofrecerá los volúmenes de contribuciones seleccionadas de investigadores que contribuyan a la actividad de difusión científica de la Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato en su área de investigación en Ciencias Administrativas y Sociales. Además de tener una evaluación total, en las manos de los directores de la Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato se colabora con calidad y puntualidad en sus capítulos, cada contribución individual fue arbitrada a estándares internacionales (LATINDEX-DIALNET-ResearchGate-DULCINEA-CLASE-HISPANA-Sudoc- SHERPA-UNIVERSIA-e-REVISTAS), el Handbook propone así a la comunidad académica , los informes recientes sobre los nuevos progresos en las áreas más interesantes y prometedoras de investigación en Ciencias Administrativas y Sociales.

María Ramos · Virginia Aguilera

Editoras

Ciencias Administrativas y Sociales

Handbook T-V

Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato. Septiembre 11-12, 2014.

ECORFAN®

Editoras

María Ramos
ramos@ecorfan.org

Directora General ECORFAN

Virginia Aguilera
vaguilera@utsoe.edu.mx

Rectora de la UTSOE
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato

ISBN-CL 978-607-8324-05-7
ISBN-V 978-607-8324-29-3
ISSN 2007-1582
e-ISSN 2007-3682
Sello Editorial ECORFAN: 607-8324
Número de Control HCAS: 2014-05
Clasificación HCAS (2014): 110914-501

©ECORFAN-México.

Ninguna parte de este escrito amparado por la Ley Federal de Derechos de Autor ,podrá ser reproducida, transmitida o utilizada en cualquier forma o medio, ya sea gráfico, electrónico o mecánico, incluyendo, pero sin limitarse a lo siguiente: Citas en artículos y comentarios bibliográficos ,de compilación de datos periodísticos radiofónicos o electrónicos. Para los efectos de los artículos 13, 162,163 fracción I, 164 fracción I, 168, 169,209 fracción III y demás relativos de la Ley Federal de Derechos de Autor. Violaciones: Ser obligado al procesamiento bajo ley de copyright mexicana. El uso de nombres descriptivos generales, de nombres registrados, de marcas registradas, en esta publicación no implican, uniformemente en ausencia de una declaración específica, que tales nombres son exentos del protector relevante en leyes y regulaciones de México y por lo tanto libre para el uso general de la comunidad científica internacional. HEFOCA es parte de los medios de ECORFAN (www.ecorfan.org)

Prefacio

Una de las líneas estratégicas de la política pública ha sido la de impulsar una política de ciencia, tecnología e innovación que contribuya al crecimiento económico, a la competitividad, al desarrollo sustentable y al bienestar de la población, así como impulsar una mayor divulgación científica y tecnológica, a través de distintos medios y espacios, así como la consolidación de redes de innovación tecnológica. En este contexto, las Instituciones de Educación Superior logran constituirse como un elemento articulador de la investigación, ciencia y tecnología. El Subsistema de Universidades Tecnológicas y Politécnicas, a través de diferentes Universidades que lo conforman, de manera permanente y decidida vienen propiciando el surgimiento y desarrollo de grupos de investigación (Cuerpos Académicos), gestionando los apoyos necesarios para que los mismos puedan incursionar de manera adecuada en el campo de la investigación aplicada, la vinculación con pertinencia con los sectores productivos y promoviendo la participación activa de la razón de ser de nuestras instituciones, los estudiantes, así como impulsar el desarrollo tecnológico regional.

La Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato visualiza la necesidad de promover el proceso de integración entre los Cuerpos Académicos de las instituciones de Educación Superior y de Nivel Medio Superior, proporcionando un espacio de discusión y análisis de los trabajos realizados por dichos cuerpos y fomentando el conocimiento entre ellos y la formación y consolidación de redes que permitan una labor investigativa más eficaz y un incremento sustancial en la difusión de los nuevos conocimientos con las siguientes políticas: Propiciar un espacio de reflexión e intercambio del estado de la investigación y generación de conocimiento en espacio común de la educación tecnológica; Promover y fortalecer la divulgación de la investigación y desarrollo tecnológico de los grupos colegiados y de investigación académica y/o cuerpos académicos de las instituciones del sector y finalmente fortalecer e impulsar la formación de redes de investigación entre los grupos colegiados, grupos de investigación y cuerpos académicos participantes.

Este volumen V contiene 31 capítulos arbitrados que se ocupan de estos asuntos en Ciencias Administrativas y Sociales, elegidos de entre las contribuciones, reunimos algunos investigadores y estudiantes de posgrado, a partir de 10 estados de México.

López, Martínez y Ortiz esbozan que el contenedor se ha convertido en el elemento de transporte fundamental del comercio internacional, estos son fabricados principalmente de acero corten, pero también los hay de aluminio y algunos otros de madera contrachapada reforzados con fibra de vidrio; *Vargas, Villarreal, López y Rodríguez* detallan un instrumento para obtener el perfil potencial de innovación de PYMES; consta de tres etapas: diseño del instrumento, aplicación-validación y difusión; *Cruz, Medina, Vázquez, Espinosa y Antonio* detallan la influencia que existe entre el rendimiento académico con respecto al nivel socioeconómico (NSE) de los alumnos de Ingeniería Industrial de la Universidad Politécnica de Altamira; *Neri, Cortés, Quezada, González y González* abordan la innovación inclusiva, que es un concepto que podría caracterizar mejor las funciones de los distintos actores y los diversos procesos en el desarrollo de productos y nuevas formas de organización y de gestión de la información y el conocimiento; *García & Vicente* la factibilidad técnico económica-financiera en productos como: cobre, fibra óptica y tiourea, a razón de la información obtenida del poster titulado “Caracterización óptica de (R, R)-N, N’-Bis(1,2,3,4-tetrahidro-1-naftil) tiourea 2a, para sus posibles aplicaciones como material óptico no lineal (ONL)” en el cual se identificaron propiedades ópticas no lineales en las tioureas; *Cortés, Varela, García, Bravo y Galván* detallan una investigación de mercado para conocer la preferencia y reconocimiento de la cafetería “Coffee Life” ubicada en el municipio de Pénjamo, en el estado de Guanajuato; la organización está enfocada en la producción y comercialización de café y es reconocida como una de las pioneras en venta de café en el municipio; *Martínez, López y Ortiz* esbozan que el principal instrumento utilizado para la clasificación de mercancías, es el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA), el cual se ha venido usando desde 1988 en los países miembros de la Organización Mundial de Comercio (OMC) y la Organización Mundial de Aduanas (OMA); en éste se basan la mayoría de las Tarifas Arancelarias de los países miembros de los dos organismos antes citados, y por ende México; *Merino* muestran que Izúcar de Matamoros es considerada la puerta de la Mixteca Poblana por su ubicación estratégica entre los estados de Morelos, Oaxaca y Guerrero motivo por el cual el sector hotelero es de vital importancia para los viajeros que se trasladan de los estados antes mencionados hacia la capital del país y viceversa; *Briano, Castañón, Azuara y Ávila* describen la relación entre la estructura del consejo de administración y la composición de la propiedad, y el nivel de transparencia de gobierno corporativo en empresas de mayor cotización bursátil en Latinoamérica; *Navarro, González, Estrada, Zarate, Ceja y Martínez* detallan que México dispone de una plataforma empresarial con una proporción considerable de empresas pequeñas y medianas; no obstante, la participación a un nivel económico relevante es limitada por parte de estas unidades económicas, principalmente por las precariedades estructurales y tecnológicas a las que se enfrentan; *Sánchez, Cordero y Barradas* muestran la calidad de los servicios es un tema de gran relevancia, no únicamente desde el punto de vista operativo sino que es un factor determinante en los procesos de administración y certificación de las organizaciones; *Zayas* esbozan la innovación y el desarrollo tecnológico son factores elementales para el desarrollo, crecimiento y competitividad de las pequeñas y medianas empresas, es por ello que hoy en día se crea la necesidad de estar siempre a la vanguardia con los productos, procesos y tecnologías de las empresas, para hacer frente a la competencia y buscar la posibilidad de ser competitivos y productivos en el ramo que se desarrollen las empresas; *Manjarrez & Flores* conocer, identificar y analizar críticamente los enfoques teóricos en el análisis de las políticas públicas y su relación con la sustentabilidad en la región centro de México, periodo 1976-2008; es decir, partimos desde el presupuesto por programas (PPP) que tiene su origen en 1976 para apoyar la planeación nacional, donde se diseñaban programas a los que se fijaban metas y costos; hasta la institucionalización del Sistema de Evaluación del Desempeño (SED), en 2008 para instrumentar el Presupuesto Basado en Resultados (PBR).

Cortés, Neri, Estrella y Torres desarrollan la forma en la que el dueño de la empresa Estampados Industriales, S. A. de C. V. ha ejecutado la toma de decisiones para poder al día de hoy lograr un crecimiento en cuanto a su productividad y estructura muy a pesar de las características cambiantes que presenta el sector autopartes; *Ramos, Sánchez y Trejo* brindan respuesta a la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los factores económicos y sociales que inciden en el fracaso de las Micro Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) de la región de la Mixteca del estado de Oaxaca?; *Espinosa & Solorio* esbozan los nuevos procesos tecnológicos, sociales y comunicativos, tanto en los ámbitos de la producción, como en la construcción de narrativas y praxis fílmica, han provocado transformaciones en el cine contemporáneo; *Quijano, Arguelles y Sahuí* desarrollan planes estratégicos que permitan a las empresas familiares (independientemente del sector al que pertenezcan) permanecer en el mercado, concretar sus objetivos y poder integrarse a un mundo empresarial en constante evolución es una prioridad, pero la complejidad de su operación y problemática, no permite establecer fórmulas estandarizadas para evaluar factores que intervienen en su vida diaria y asegurar sus proyecciones de largo plazo; *Robleda, Bruno, Centurión y Dzul* muestran avances de la investigación que se está llevando a cabo en el municipio de Celestún, Yucatán, para medir la calidad en el servicio hotelero. Mediante la aplicación del instrumento de medición de la escala SERVQUAL se pretende identificar aquellos elementos que el cliente pueda percibir como valiosos a la hora de seleccionar una opción de hospedaje, esperando contribuir en el desarrollo económico en la mejora de la calidad del servicio hotelero de este municipio; *Cortés, Estrella, Rojas, Velasco y Villarreal* esbozan cuáles son las principales fuentes de financiamiento que dispone la MIPYME mexicana y cuáles son las causas para no tener acceso a financiamiento en los sectores industria, comercio y servicios; *Vázquez, Reyes y Carrillo* establecen un índice de gestión sobre variables de desarrollo socioeconómico y salud en los municipios de la República Mexicana; *Moreno, Stange y Frago* nos muestran a través de resultados de la investigación sobre género y violencia en diversos campos y poblaciones, la pertinencia de incluir en la currícula de Psicología la Perspectiva de Género; *Acle, Villalobos, Santiesteban, Rodríguez y Zamora* determinan el posicionamiento actual del Barrio del Artista en la ciudad de Puebla; *Ortiz & Pérez* proponen una metodología para aplicar un instrumento automatizado de evaluación del desempeño por competencias laborales, bajo el enfoque de 360°, particularmente para los puestos de supervisores de producción en dos empresas de calzado de la ciudad de León Gto; *Domínguez, Rostro y Valencia* esbozan que uno de los principales cambios implementados en la reforma fiscal para el año 2014 fue la creación de un nuevo régimen para las personas físicas, denominado Régimen de Incorporación Fiscal (RIF) el cual sustituye al de Pequeños Contribuyentes (REPECOS); *Hernández, González, Jiménez y García* describen el diseño y la implantación de un sistema cliente-servidor que conduce el procedimiento de ubicación geográfica de hablantes en lengua Huasteca y Náhuatl en el Internet a través de las plataformas *nenek.mx* y *nenek.mx/yauí* (Hernández & Ramos & Ronquillo, 2012), las cuales son redes sociales monolingües; *González & González* muestran que la migración ha sido analizada desde su componente cuantitativo desde hace décadas. Las cifras sobre quiénes se van y quiénes regresan enriquecen el trabajo, pero no son suficientes para explicar el fenómeno migratorio en sí; *Cortés, Guevara y Antúnez* desarrollan la dimensión de la Violencia de Género en las estudiantes de las preparatorias de la UAGro en Acapulco, para contribuir en la prevención, atención y solución de esta problemática. Es un estudio cuantitativo, se aplicó una encuesta; *Rico, Gordillo, Barrón, Quintanilla y Cano* muestran con el paso del tiempo hemos detectado en el programa educativo de Tecnologías de la Información y Comunicación de nuestra universidad, un problema recurrente en el proceso de enseñanza aprendizaje, y que se ha acentuado con el paradigma asociado a la construcción de conocimiento por parte del propio alumno; *J. Barrón, J. Quintanilla, J. Rico, L. Gordillo y B. Ojeda* desarrollan el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en el Ambiente Educativo, permiten obtener al máximo la interacción entre Docentes y Estudiantes.

Saldaña, García, Torres, Becerra, Martínez y Muñoz detallan que actualmente con la globalización, las grandes organizaciones extranjeras y nacionales buscan mantenerse en un mercado imprescindiblemente competitivo, de forma que se hace necesario trazar estrategias que aboguen por el crecimiento de la micro y pequeña empresa; *Silva, Moreno & Oseguera* reivindican que actualmente en México la recaudación fiscal, proviene de los ingresos que se obtienen por la venta de petróleo, ya que representa un 10% del PIB, en comparación con otros países miembros de la OCDE es del 19 y 25%, punto que señala la importancia de la reforma fiscal para incrementar la recaudación fiscal y así mejorar la economía de nuestro país

Quisiéramos agradecer a los revisores anónimos por sus informes y muchos otros que contribuyeron enormemente para la publicación en éstos procedimientos repasando los manuscritos que fueron sometidos. Finalmente, deseamos expresar nuestra gratitud a la Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato en el proceso de preparar esta edición del volumen.

Valle de Santiago, Guanajuato.
Septiembre 11-12, 2014

María Ramos
Virginia Aguilera

Contenido	Pag
1 Factores de afectación de las mercancías de comercio internacional en tráfico marítimo <i>Ivonne López, Mizraim Martínez y Ruth Ortiz</i>	1-9
2 Hacia un perfil del potencial de innovación en PYMES del Estado de Guanajuato <i>Juan Vargas, Francisco Villarreal, Pedro López y Pascual Rodríguez</i>	10-23
3 Influencia del nivel socioeconómico en el rendimiento académico de los alumnos del programa educativo de ingeniería industrial en la Universidad Politécnica de Altamira <i>Zahira Cruz, Juana Medina, Jorge Vázquez, Enrique Espinosa y Alejandrina Antonio</i>	24-38
4 Innovación inclusiva para el crecimiento empresarial en pequeñas empresas <i>Jovita Neri, Yolanda Cortés, Maribel Quezada, Aarón González y Rafael González</i>	39-53
5 Investigación aplicada y factibilidad económica <i>Diana García & Aurea Vicente</i>	54-62
6 Investigación de mercado a la cafetería Coffee Life en Pénjamo, Guanajuato <i>Jennifer Cortes, Julieta Varela, Candelaria García, Gabriela Bravo y Juana Galván</i>	63-69
7 La aplicación del método deductivo en la clasificación arancelaria de mercancías de comercio internacional <i>Mizraim Martínez, Ivonne López y Ruth Ortiz</i>	70-81
8 La cultura organizacional y su impacto en el cliente interno <i>Janet Merino</i>	82-99
9 La estructura del consejo, el control accionario y la divulgación de información corporativa <i>Guadalupe Briano, Esther Castañón, Virginia Azuara y María Ávila</i>	100-115
10 La gestión de la innovación a través de sistemas de incubación empresarial. El caso del proyecto de incubación del ITSPV como un sistema de transferencia tecnológica <i>Alberto Navarro, Cynthia González, Antonio Estrada, Axel Zarate, Yanelis Ceja y Karla Martínez</i>	116-126
11 La importancia de la calidad de los servicios en los museos. Reflexión desde el punto de vista ergonómico <i>Eugenia Sánchez, Martha Cordero y Ingrid Barradas</i>	127-133

- 12 La innovación y el desarrollo tecnológico como factor de crecimiento en las PyMEs del Municipio de Angostura, Sinaloa** 134-145
Imelda Zayas Barreras
- 13 La Promoción de la Política Pública Sustentable en México: Del diseño metodológico a la evaluación y desempeño del presupuesto basado en resultados** 146-157
Juan Manjarrez & Sergio Flores
- 14 La Toma de decisiones: herramienta fundamental para la empresa Estampados Industriales, S. A. de C. V** 158-165
Yolanda Cortés, Jovita Neri, Rafael Estrella y Marco Torres
- 15 Las MiPyMEs y la pobreza en una región del Estado de Oaxaca 2013** 166-173
Ana Ramos, Mauro Sánchez y Guillermo Trejo
- 16 Las transformaciones tecnológicas y la accesibilidad de ciegos a los medios audiovisuales** 174-183
Raquel Espinosa & Esmeralda Solorio
- 17 Liderazgo y financiamiento en empresas familiares** 184-196
Román Quijano, Luis Arguelles y José Sahuí
- 18 Medición de la calidad en el servicio en Hoteles de Celestún, Yucatán** 197-211
María Robleda, Cattia Bruno, Erick Centurión y Sara Dzul
- 19 MIPYME en San Juan del Río y sus fuentes de financiamiento** 212-219
Yolanda Cortés, Rafael Estrella, Cypatly Rojas, Jazel Velasco y Jorge Villarreal
- 20 Nivel de gestión socioeconómico y salud municipal en México mediante el análisis de componentes principales** 220-232
Ariel Vázquez, Abigail Reyes y María Carrillo
- 21 Perspectiva de género. Herramienta de análisis e investigación en psicología contra la discriminación y violencia** 233-246
Alicia Moreno, Isabel Stange y Rocio Fragoso
- 22 Posicionamiento del Barrio del Artista en la ciudad de Puebla** 247-261
Ramón Acle, Carolina Villalobos, Norma Santiesteban, María Rodríguez y María Zamora
- 23 Propuesta para pilotear una aplicación de un instrumento de evaluación del desempeño por competencias, bajo el enfoque de 360° en una empresa de calzado** 262-279
Efrén Ortiz & Angélica Pérez

24 Repeco la muerte anunciada	280-287
<i>Priscila Domínguez, Perla Rostro y Mayra Valencia</i>	
25 Ubicación geográfica de los usuarios de las redes sociales Nenek y Yauí	288-297
<i>Dalia Hernández, José González, Rosa Jiménez y Otoniel García</i>	
26 Un trabajo de migración utilizando el método de las historias de vida	298-313
<i>Cándido González & Ana González</i>	
27 Violencia en la preparatoria hacia los estudiantes	314-321
<i>Yolanda Cortés, Mónica Guevara y Guadalupe Antúnez</i>	
28 Propuesta de libro de texto: Fundamentos de bases de datos, saber y hacer	322-327
<i>José Rico, José Gordillo, José Barrón, Joel Quintanilla y Martín Cano</i>	
29 Uso de un sistema para la gestión del aprendizaje (LMS) de código libre en la Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato (UTSOE)	328-340
<i>J. Barrón, J. Quintanilla, J. Rico, L. Gordillo y B. Ojeda</i>	
30 Diagnóstico para el desarrollo de una metodología en la toma de decisiones financieras para la micro y pequeña industria del estado de Tlaxcala	341-352
<i>Cesar Saldaña, Gustavo García, Germán Torres, Julio Becerra, Dora Martínez y Sergio Muñoz</i>	
31 Como afecta los nuevos impuestos en la economía de la sociedad	353-362
<i>Juan Silva, Claudia Moreno, Miguel Oseguera</i>	
Apéndice A . Consejo Editor Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato	363
Apéndice B . Consejo Editor ECORFAN	364-366
Apéndice C . Comité Arbitral Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato	367-370

Factores de afectación de las mercancías de comercio internacional en tráfico marítimo

Ivonne López, Mizraim Martínez y Ruth Ortiz

I. López, M. Martínez y R. Ortiz
Universidad Politécnica Metropolitana de Hidalgo, Boulevard Acceso a Tolcayuca 1009, Ex Hacienda San Javier,
43860 Tolcayuca, Hidalgo
ilopez@upmh.edu.mx

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago,
Guanajuato, 2014.

Abstract

Today the container has become the key element of international trade transport, these are made mainly of steel cut, but there are also some other aluminum and plywood reinforced with fiberglass.

The proper use and care of the containers should always be taken into account by all participants in an international transport operation; boots especially since the success of the business operation comes when the goods are received by the receiver in perfect condition. Activity that has not been done successfully since the maneuvers or maintenance of containers are not appropriate.

These can be used to carry bulky or heavy objects: engines, machinery, vehicles or small palletized goods. The dimensions of the container are standardized to facilitate handling.

The consequences of moisture in the containers generate economic losses cargo owners, look for optimal solutions for proper maintenance of the same on the degree to which moisture; considering the misuse and poor maintenance, they have contributed in reducing handling containerized cargo.

1 Introducción

En el ámbito de la logística y el comercio internacional existe un factor muy importante, encargado de la correcta distribución y almacenamiento de las mercancías incluyendo así el adecuado cuidado de las mismas.

Hoy en día el manejo de los contenedores es más cotidiano ya que por medio de estas enormes cajas logran transportar una extensa cantidad de bienes, a los diferentes puntos del mundo, así como el resguardo de las mismas durante extensos periodos para llegar a su destino final en buenas condiciones, sin embargo el constante cambio de clima al que se encuentran expuesto genere un déficit el cuanto a la protección de las mercancías.

El despacho de mercancías por vía marítima es uno de los modos más manejados por empresas navieras, para poder facilitar la llegada de sus mercancías al destino final en menor costo, lo que significa que es más probable su rentabilidad tanto para el destinatario como para el consignatario.

Sin embargo el mal cuidado y manejo que se les da dentro de los contenedores es lo que les tiene preocupados a los destinatarios ya que las condiciones en las que llegan las mercancías en ocasiones no son las adecuadas, y esto se debe a cambios climáticos que pueden llegar a suceder en el transcurso así como lo accidentes y otros factores.

A pesar de ser una de las vías más lentas para transportar mercancías hoy en día hay que tomar en cuenta que la mayoría de las navieras ya utilizan contenedores los cuales se encargan de facilitar el traslado de las mercancías ya que han sido adaptados para cualquier tipo de bienes y no sufran daño alguno en su transcurso pero esto no siempre es lo que sucede ya que hay navieras que no le dan el cuidado adecuado a sus contenedores, para ser regresado a su lugar d origen y que estos mantengan las mercancías de manera apropiada.

1.1 Método

El método explica los pasos que se realizan en la identificación de los diferentes elementos que afectan la vida útil de un contenedor como son: la corrosión, oxidación, abolladuras, trincas, piso rasgado, perforaciones tanto internas como externas en el contenedor; y la mercancía suele ser afectada debido a las condiciones mencionadas, estableciendo un factor común, siendo la humedad.

Este trabajo se realizó con un enfoque cualitativo en donde se describe el fenómeno de la humedad; así como las consecuencias y forma en que se altera el estado físico de los contenedores, basándose en estadísticas de contenedores en el puerto de Veracruz

De esta manera los resultados ayudaron a encontrar una mejora continua del proceso de mantenimiento de los contenedores que conlleve a evitar la humedad y pérdida de mercancías.

Para conocer la relación de los fenómenos naturales, en este caso la humedad, fue necesario realizar una actividad que permitió sustentar de manera real cómo y por qué se crean alteraciones dentro de los contenedores debido a que en muchos de ellos se percibían factores físicos que impedían el buen almacenaje de las mercancías y que por consecuencia exista la pérdida de muchas de ellas, y a su vez generaba el aumento de mermas así como el aumento de costos por almacenaje.

Esta investigación fue de carácter documental, utilizando la observación en la Aduana de Veracruz como medio para poder recolectar información donde se eligieron los principales factores que alteran el estado físico de los contenedores, principalmente durante su traslado por vía marítima. Una vez seleccionados los factores, se realizó un análisis para saber cómo estos elementos funcionan con los materiales que conforman el contenedor.

1.2 Resultados y Discusión

Los resultados arrojados de esta investigación fueron que en un 90% de los contenedores llegan con menos de la mitad de su capacidad con mercancía afectada por causa de las malas condiciones del mismo y las malas maniobras que realizan los operadores, puesto que estos no tienen la capacitación adecuada para realizar las maniobras de carga y descarga correctamente.

Encontramos también, que el 100% de los contenedores cuentan con estado de oxidación, 18% de corrosión y 35% de abolladuras, lo que causa el mal estado de la mercancía.

El material utilizado para la obtención de los resultados fue la elaboración de una hoja de cálculo en el cual se midió cada una de las variables más comunes que se presentaron en los contenedores, donde se especificó con una marca y un número de frecuencia para cada rubro, que facilitó obtener resultados más concretos y óptimos. El número de hojas fue una por día durante todo un mes; el número de contenedores que llega a revisar un dependiente¹ por día es de 8 a 10 aproximadamente, debido al constante cambio de estado climático; otro factor a considerar es la cancelación de la maniobra u operación en tiempos de tormenta.

Humedad

En la observación directa se detectó la presencia de humedad, debido a los cambios climáticos a los que son expuestos en la zona²

¹ Trabajador de una Agencia Aduanal.

² Puerto de Veracruz

Los contenedores presentaron una menor seguridad debido a su exposición a cambios climáticos, lo que provoca que su durabilidad sea más corta a comparación de contenedores que solo tienen tráfico en zonas o puertos secos.

Corrosión

En estas condiciones climáticas, que se presentan en la aduana de Veracruz, los contenedores que llegan a estos recintos fiscalizados quedan expuestos de manera simultánea a otros factores derivados de la humedad, principalmente la corrosión ocasionada por la acidez de la lluvia y la salinidad del agua de mar, generando un desprendimiento de la pintura, aunque es especial no soporta la intensidad de estos agentes.

Oxidación

La oxidación es un factor que en muchos casos se hace presente debido a diversos ambientes en donde existe la presencia de humedad y aire, transformando cualquier metal en óxido bajo un ataque continuo; es por eso que en el puerto de Veracruz sea muy notorio la presencia de este elemento que afecta principalmente a los contenedores.

Estos están expuestos a un clima inestable, la humedad provocada por las brisas del mar, en obiedad el agua es salada, provoca que el proceso de este elemento se acelere, trayendo como consecuencia el deterioro y la pérdida de los mismos contenedores.

Abolladuras

Estas suelen ser golpes, debido a las fuerzas que se presentan en la manipulación de los objetos, por lo que es probable que al contacto de una fuerza mayor con una resistencia menor se genere este tipo de imperfecciones que logre una deformidad en los objetos. Este factor es encontrado en su mayoría en los contenedores puesto que la manipulación que realizan los maniobristas no es la adecuada ni se cuenta con un plan de seguridad de estiba y por los diferentes cambios climáticos que estos se encuentran expuestos el material es más propenso a este tipo de averías y deformaciones.

Trincas (Clavos, eslingas)

Las trincas son todo objeto utilizado en las actividades de carga de mercancía en los contenedores para asegurar la misma por cualquier movimiento brusco, estos pueden presentarse como tablas, tornillos o metales de manera cruzada cuando el total de la capacidad del contenedor no es cubierto dejando así espacios al vacío.

En este estudio se tuvo la oportunidad de ingresar a un recinto fiscalizado y estar presente en la separación de diez contenedores diferentes los cuales contenían rollos de tela asegurados por trincas para evitar que estos no se volcaran en el interior y dañaran la mercancía que los acompañaba, en los otros contenedores existía mercancía suelta en cajas de cartón pero por los movimientos bruscos a los que son expuestos los contenedores dañaron el embalaje; por lo que ocasionaron el derrame de la mercancía en el interior.

Piso rasgado de los contenedores

La condición del piso de los contenedores no es la adecuada, en ocasiones este es afectado por la misma mercancía o los montacargas que ingresan al contenedor para realizar las maniobras; también, los operadores no realizan su trabajo con el debido cuidado.

Por otro lado, el mantenimiento a los contenedores no es el adecuado, porque extraen la mercancía en partes, y no sacan toda la mercancía restante y esta se entierra o jala el piso ocasionando que este sea afectado.

Perforaciones

Este factor es ocasionado por las grúas que realizan las maniobras y en el posicionamiento de estos en los recintos fiscalizados y en traslado de una aduana a otra. Además de no dar el mantenimiento adecuado a los contenedores para que no sufran daños, y así evitar oxidación y corrosión que facilite una perforación por el mal uso y cuidado de estos, ocasionados por algún golpe o mal movimiento.

Mercancía afectada

Para este factor se dividió en tres niveles de gravedad de la afectación de mercancía comenzando con: el más bajo, que es considerado menos de la mitad de la mercancía afectada; medio, aproximadamente la mitad de la mercancía dañada; y alto, es más de la mitad ya que no todos los contenedores presentaban las mismas condiciones.

En el primer nivel consideramos menos de la mitad de la mercancía afectada por las maniobras de estiba realizada por operadores no capacitados, mientras que en el segundo nivel de afectación que es el medio, se consideró por que más de la mitad de la mercancía era dañada por la humedad causada en el interior del contenedor y la mala manipulación que estaba expuesta en el momento de la desconsolidación; y por último en nivel alto, que es considerado el de mayor gravedad porque más de la mitad de la mercancía era afectada por la humedad y las pésimas condiciones del contenedor, los cuales contaban con orificios, oxidación y la mala estiba.

Se puede percibir como cada uno de los factores estudiados se hace presente en total de contenedores y a su vez se muestra cuantos contenedores presentan cada riesgo.

Tabla 1 Porcentaje de afectación de los factores estudiados en los contenedores

Factores	Total de Contenedores	%
Corrosión	188	94.94
Oxidación	167	84.34
Abolladuras	145	73.23
Trincas	105	53.03
Piso rasgado	122	61.61
Perforación	59	29.79

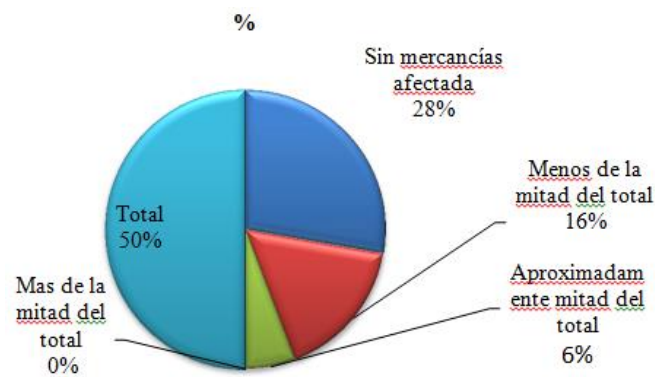
Fuente: Elaboración propia 2013

Tabla 1.1 Grado de afectación de las mercancías por los factores analizados.

Grado de afectación	%
Sin mercancías afectada	55.55
Menos de la mitad del total	32.83
Aproximadamente mitad del total	11.62
Más de la mitad del total	0
Total	100

Fuente: Elaboración propia 2013

Figura 1 Porcentaje de mercancía afectada durante la evaluación.



Fuente: Elaboración propia 2013

Como se mostró, cada uno de los contenedores analizados tubo la presencia de los factores provocados por la humedad, de los cuales también se vio que la mercancía presenta índices de mermas causadas por las condiciones en las que se presentan los mismos contenedores.

1.3 Conclusiones

Se pudo percibir como es que cada factor que se presenta en la problemática principal que fue la humedad, y como actúan dentro y fuera de los contenedores. Demostrándose en este estudio que las fallas más frecuentes en los contenedores son:

- Contenedores sin fumigar y con plagas que puedan afectar tanto el empaque como las mercancías causados por la humedad de los mismos.
- Empaques del contenedor en mal estado.
- Fuertes olores causados por la combinación de las mercancías en mal estado con la humedad en el interior.
- Mercancía mal embalada con material inadecuado y sin protección que afecte el interior del contenedor.
- Empaques irregulares que son difíciles de estibar causan abolladuras u orificios al contenedor.

Durante este trabajo no solo se realizó una búsqueda teórica de información, ya que se optó por el uso de estadísticas de acuerdo a los conocimientos básicos sobre contenedores por medio de pruebas que sustentaran la credibilidad de este trabajo.

Se estudiaron 188 contenedores, se demostró que el 94.94% de los contenedores analizados tienden a sufrir la presencia de corrosión el cual es el primer factor que invita a ser presencia de oxidación, el cual también se demostró presente con un 84.34% de los contenedores analizados lo cual los hace más susceptibles a poder sufrir alguna abolladura por el debilitamiento del acero expuesto a los diferentes cambios climáticos siendo este el tercer factor presente con un 73.23% del total de contenedores estudiados además de contraer la fuerza de las maniobras para realizar una actividad de comercio.

Las condiciones climáticas están presentes constantemente durante todas las exposiciones del estudio siendo así la presencia de lluvia acida, vientos huracanados y el incandescente calor, el cual como se había mencionado antes el contacto del metal por el cual están hechos los contenedores y estos elementos permiten la presencia del factor humedad que es la principal causante del deterioro de vida útil de los contenedores y ocasionaste principal de la perdida de mercancía, el deterioro de estos es inevitable por el constante cambio de clima a los que son expuestos, sin contar el mal mantenimiento que se les brinda en los diferentes recintos fiscalizados para que sean entregados de nuevo.

Los resultados obtenidos no fueron muy favorables, la mayoría de los contenedores examinados en este estudio, tenía la presencia de la humedad, por medio de corrosión, abolladuras, oxidación entre otros. Una de las problemáticas que afectan en las actividades de importación como de exportación, es que las condiciones que presentan los mismos contenedores no son adecuadas y esto provoca la pérdida de mercancías y la generación de costos. Esto indica en las operaciones aduaneras no existe un procedimiento o actividad que se encargue de analizar o de evaluar completamente a los contenedores desde su arribo hasta su hora de salida y tampoco se cuenta con una supervisión en las aduanas como en los recintos fiscalizados en donde se almacenan estos que demuestre las condiciones en las que llegan los contenedores internos como externos así como de la mercancía y la perdida dela misma.

El contar con personal capacitado crearía una mayor eficiencia en el despacho de las mercancía o en la desconsolidación de estas ya que los maniobristas que se encargan de realizar este tipo de actividades no cuentan con una capacitación, lo que dificulta el despacho y lo hace aún más lento sin dejar a un lado que no cuentan con el conocimiento de un concepto de estiba por lo que realizan la desconsolidación de acuerdo a sus capacidades.

Es importante evitar este tipo de problemas comúnmente ocasionados en los puertos marítimos, por lo que continuación se mencionan algunas recomendaciones:

- Es muy común la exposición de los objetos a los cambios climáticos, por lo que es recomendable que se tengan consideraciones exhaustivas en el mantenimiento de los contenedores, principalmente desde que un contenedor presente corrosión y oxidación, para evitar daños y que las mercancías lleguen con bien a sus destinos.
- Es necesario aplicar un plan de estiba ante los maniobristas que realizan las actividades de la consolidación y a la desconsolidación de la misma, a pesar de las condiciones en las que llegan los contenedores y de la debilidad que presentan las cajas dentro de ellos, porque los maniobristas no toman la atención necesaria y las precauciones que estos necesitan, en la cual se tomara en cuenta el estado en que se presentan los empaques y así como el embalaje sea el adecuado.
- Realizar una elección adecuada del contenedor, dependiendo de la carga que se va transportar, de lo contrario esta correría un riesgo así como un incrementable para las empresas.
- Tener una medida para verificar las condiciones de limpieza del contenedor, ya que si este presenta oxidación y corrosión en su interior, es más probable que las mercancías generen mermas y la carga no llegue completa.
- Realizar una inspección completa del contenedor tanto en su arribo al puerto como en las maniobras en las que se presente así como en su traslado, percibiendo los puntos más frágiles de contenedor como las puertas, las abolladuras que contenga, los golpes que presente, las filtraciones.

- Planear con anticipación la estiba de la mercancía dentro del contenedor, tomando en cuenta la naturaleza de la carga y la compatibilidad, el peso y dimensiones máximo permitido ya sea marítimo o terrestre.
- Cuidar que la carga a transportar el contenedor se distribuya uniformemente.
- Tomar en cuenta las indicaciones que se muestran en las etiquetas de la mercancía.
- Permitir la existencia de aire entre mercancías para que se minimizar los efectos de condensación dentro de este.
- Utilizar agentes absorbentes para mantener el aire y agentes libres de la humedad.
- Asegurar la carga con trincas o algún otro material, cuidando no afectar la estructura del contenedor.
- Verificar la utilización de sellos o candados, llevando un control de los mismos.
- Documentación completa con la descripción detallada de la mercancía y su procedencia para evitar caer un acto ilícito en la aduana.

Asegurar las mercancías puede ser un costo muy elevado para las navieras y sobre todo si estas son trasladadas en un contenedor con deficiencias, es por eso que para disminuir las afectaciones a las mercancías de comercio internacional, es conveniente realizar actividades que permitan mantener la información más específica de las mercancías, así como de los contenedores que las transportan, en donde se vea reflejada las condiciones en las que arriban los contenedores y como son almacenadas; así mismo evaluarlos y verificar la necesidad de mantenimiento, ya sea en pintura o en ajustes de deformidades. Esto con el fin de generar menos gastos en la pérdida de mercancías o la generación de mermas y hacer perdurar aún más el tiempo de vida útil de los contenedores.

1.4 Referencias

Allianz S.A. (2007). Empaques y embalajes. Preparacion de la carga. Colombia. Anaya Trejo, J. J. (2003). El Transporte de Mercancías. España: ESIC.

Castro, R. Q. (2010). Elementos de Turismo (Teoria, Clasificacion y Actividad.). Costa Rica: UNAD.

Definición de Recinto Fiscal. (s.f.). Obtenido de <http://definicion.de/recinto-fiscal/> Dorta, G. P. (2013). Transporte y Logística Internacional. Obtenido de http://www.ulpgc.es/hege/almacen/download/7101/7101787/transporte_y_logistica_internacional_2013.pdf

Ediciones Fiscales ISEF, S. (2012). Compendio de Disposiciones sobre Comercio Exterior. Mexico: ISEF.

Grupo ISEF. (2012). Compendio De Disposiciones Sobre Comercio Extrerior. México, D.F.: Ediciones Fiscales ISEF.

Hapag-Lloyd. (Febrero de 2012). Hapag-Lloyd. Obtenido de http://www.hapag-lloyd.com/downloads/press_and_media/publications/Brochure_Container_Packing_es.pdf

- Long, D. (2006). Logística Internacional: administración de la cadena de abastecimiento global. LIMUSA.
- Ma. Desus Freire Seoane, F. G. (2003). Economía Del Transporte Marítimo. España: Estudios Marítimos.
- Ma. Desus Freire Seoane, F. G. (España). Fletes y Comercio Marítimo. 2007: GESBIBLO, S. L.,.
- Mari, J. (2003). El transporte de los Contenedores. Barcelona: Ediciones UPC.
- Marl, R. (2003). El Transporte De Contenedores: terminales operatividad y casuística. Barcelona: UPC.
- Martin, E. (2008). Características Operativas de una Terminal de Contenedores. Obtenido de <http://upcommons.upc.edu/pfc/bitstream/2099.1/5906/5/04.pdf>
- Mercado, S. (2002). Tráfico Internacional: administración y aplicaciones. LIMUSA. Muños
- Negrón, D. F. (2009). Administración de Operación. México: CENGAGE Learning. Naciones Unidas. (2008). El Transporte Marítimo. Suiza: UNCTAD/RMT.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2005). Seguridad y Salud en los Puertos. Ginebra: ISBN.
- Programa de Cooperación para la Construcción y Reproducción de Embarcaciones del Pequeño y Mediano Porte. (2008). Embarcaciones pesqueras, Vol. 1. Texas: OLDEPESCA.
- Rohde Ponce, A. (2005). Derecho Aduanero Mexicano. México: ISEF.
- Salinas Andújar, J. A. (2008). viabilidad del transporte de mercancías con contenedor marítimo a través del puerto de Almería. Almería.
- Secretaría de Educación Pública. (2012). Copertencias de personas y perfiles ocupacionales. México: SEP.

Hacia un perfil del potencial de innovación en PYMES del Estado de Guanajuato

Juan Vargas, Francisco Villarreal, Pedro López y Pascual Rodríguez

J. Vargas, F. Villarreal, P. López y P. Rodríguez

Universidad De La Salle Bajío
Escuela de Educación y Desarrollo Humano
Director del Parque de Innovación,
Facultad de Negocios
Universidad 202, Lomas del Campestre, 37150 León, Guanajuato
Jvt102835@udelasalle.edu

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

Continuing previous work on the Culture of Innovation in Guanajuato state enterprises, this paper aims to create, validate and implement a tool to obtain the innovation potential of SMEs profile and consists of three stages: instrument design, implementation, validation and diffusion. Its application to sample of 200 SMEs in the state of Guanajuato in the industrial sector is intended for different spins. Validated instrument will be broadcast as an important entrepreneurs of SMEs clearly aware of their strengths and areas of opportunity to guide them towards a culture of innovation that contributes to increased productivity and competitiveness tool. This document provides a brief summary of the previous study and the project that gives continuity.

2 Introducción

Cultura de Innovación en las PYMES

Si bien existen amplios estudios sobre innovación y competitividad en las empresas, la dinámica contemporánea obliga a renovar continuamente la información clave en la toma de decisiones sobre la orientación de políticas y recursos para promoverlas eficientemente, sobre todo si se toma en cuenta ciertas características dinámicas y cambiantes de la práctica de la innovación como son, según la OCDE (2005):

- Relacionarse con la incertidumbre: El innovar se relaciona con realizar actividades que no tienen antecedentes. El desarrollar y comercializar un conocimiento de esta naturaleza expone al innovador no sólo al riesgo de fracasar, sino que aún alcanzado el éxito, puede ser imitado por un tercero.
- Requiere la inversión de recursos: Un innovador necesita invertir bienes tangibles e intangibles (investigación, salarios, servicios, tiempo, etc.) para realizar las actividades de creación y comercialización de conocimiento.
- Puede producir externalidades: Los beneficios de una innovación rara vez son apropiados en su totalidad por el innovador. Al lanzar su producto o servicio en el mercado, sus competidores pueden beneficiarse ya que es más barato imitarlo o copiarlo que desarrollarlo. Por ende, aquellos que innovan generalmente enfrentan un riesgo intrínseco mayor al de la población general.
- Provee una ventaja comparativa: El innovar hace posible que las empresas e individuos obtengan una ventaja comparativa al poder utilizar un conocimiento que incremente la calidad de sus productos, abra nuevos mercados o reduzca costos.

La ESIDET 2006³, reporta que de un total de 16,398 empresas mexicanas encuestadas, por lo menos un cuarto de ellas realizó un proyecto de innovación, siendo la mayoría empresas con más de 100 empleados. Esto lo posiciona por encima de Japón, pero por debajo del resto de la muestra (catorce países están más arriba, encabezados por Canadá).

Aún cuando existe una importante relación entre la introducción de una innovación al mercado y las actividades internas de I+D de una empresa, se identifican otras fuentes clave en el desarrollo de innovaciones.

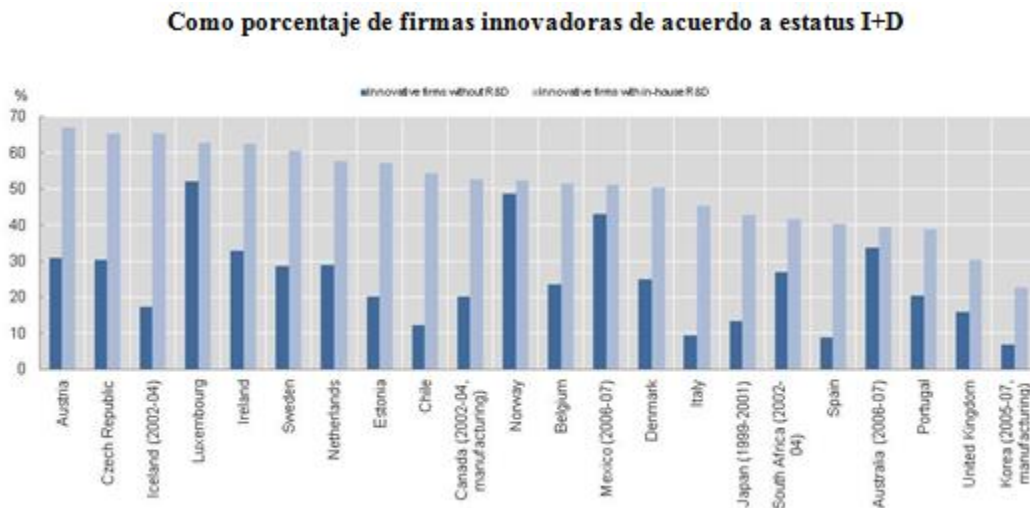
³ Los datos más recientes sobre innovación en México corresponden a los resultados de la Encuesta sobre Investigación y Desarrollo Tecnológico (ESIDET) 2006. Esta encuesta incluye un módulo específico sobre las actividades de innovación en los sectores manufacturero y de servicios el cual está basado en el marco metodológico del Manual de Oslo de la OCDE. Su aplicación se restringe a empresas en el sector productivo (minería, manufacturas, servicios, construcción y electricidad) y busca identificar los factores que favorecieron u obstaculizaron la innovación tecnológica.

Es decir, el desarrollo de una innovación no siempre está sujeto a las actividades internas de I+D que realiza la empresa ya que los productos o procesos que se introducen al mercado pueden surgir de otras fuentes de información. Estas fuentes pueden ser tanto internas (departamentos de mercadotecnia o producción) como externas (clientes, proveedores, competencia, universidades, entre otras) (INEGI, 2006). Como se observa en la figura 1, México es uno de los países donde la introducción de innovaciones al mercado, como resultado de la I+D, sucede con la misma frecuencia que de otras fuentes.

La ESIDET identifica, por orden de relevancia para las empresas, las siguientes fuentes internas de innovación: el área de servicio al cliente, de producción, el departamento de mercadotecnia y el área de I+D. Entre los factores externos se destacan: los clientes, los proveedores, las empresas de la competencia y las ferias o exposiciones industriales (INEGI, 2006).

En países como Corea, Japón y España menos de un 20% de las empresas desarrollan innovaciones a partir de información recabada en lugares distintos al área interna de I+D (OCDE, 2010). En conclusión, tanto la I+D, como otras fuentes de innovación, fungen como catalizadores a la creación de conocimientos con potencial comercial.

Figura 2 Innovaciones de producto nuevas introducidas al mercado entre 2004 y 2006.



Fuente: Measuring Innovation: A new perspective, OCDE, 2010

Considerando el papel relevante que tienen las empresas en la economía y bienestar social, es importante identificar las necesidades que sobre este tema tienen, de modo que se les pueda brindar el mejor apoyo posible. Como se dijo anteriormente, existe una serie de programas y recursos para impulsar la innovación y la competitividad, lo que quizás da la impresión de que el empresario promedio debería saber plenamente sobre esto, y por lo tanto, realizar y promover actividades de innovación al interior de su organización.

La realidad nacional y regional no parece coincidir con esta conclusión (Vargas, 2103), pues las organizaciones productivas y especialmente las PYMES (Contreras, 2006), siguen en serios problemas y el tiempo de vida de muchas de ellas sigue siendo muy bajo (entre 2 y 3 años).

La Práctica de la Innovación en las Pymes

Las PYMES⁴ (Pequeñas y Medianas Empresas) son también centro de atención para impulsar su desarrollo y competitividad, como lo demuestra la creación de la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa (dependiente de la Secretaría de Economía y que recientemente se convirtió en el Instituto Nacional del Emprendedor), que busca canalizar recursos financieros, tecnológicos y humanos para impulsar su crecimiento. Sin embargo, es claro que existen muchos desafíos y complicaciones que dificultan estos esfuerzos, como son el acceso al financiamiento, el escaso gasto en investigación y desarrollo, pobre tecnología, capital humano sin preparación suficiente, entre otros (López y Martínez, 2008).

Existe una tendencia creciente a debatir conceptual y políticamente sobre el papel que juegan las PYMES, sobre todo por su marcada participación en la generación de empleo y su importante aportación al PIB, no sólo en México, sino en muchos otros países. Además, esta relevancia se ha acentuado a propósito de la innovación, ya que algunos estudios afirman que, por su tamaño y dinámica, tienen potencialmente mayor rapidez y flexibilidad para realizar cambios y mejoras en diferentes niveles de la organización - procesos, productos, mercadeo, gestión de personal, etc. - (Pérez, 2008; López y Martínez, 2008).

La globalización económica y las rápidas transformaciones tecnológicas, contribuyen a crear un ambiente ampliamente competitivo, en donde las principales beneficiados son los países desarrollados y las grandes empresas, mientras que los países en desarrollo y las PYMES enfrentan cada día mayores dificultades de crecimiento, poniéndolas al borde de la sobrevivencia. En este contexto, las tecnologías de información y comunicación resultan esenciales para impulsar la competitividad, ya que facilitan una mejor conexión con las fuentes de conocimiento, generando nuevas oportunidades a través, por ejemplo, de redes de colaboración y vinculación con organizaciones encargadas de promover I+Di (investigación, desarrollo e innovación), como son los centros de investigación y las instituciones de educación superior. Castells (2004), considera que la información y el conocimiento son variables críticas para la productividad y la competitividad.

Puede suponerse que las PYMES están sólidamente vinculadas al proceso de innovación, ya que suelen ser más flexibles que las grandes empresas ante los grandes cambios, buscan economizar en investigación y desarrollo a través de la re-ingeniería de productos o la introducción de nuevas formas de organización.

Aun cuando la globalización ha implicado altos riesgos de estabilidad y crecimiento para estas empresas, la internacionalización puede contribuir a mejorar su participación económica a través del aumento de la competitividad, siempre y cuando cuenten con el financiamiento, la tecnología y los conocimientos necesarios, pues de otro modo, debido a la presión de la competencia, reducción de subsidios directos y supresión de protección en algunos sectores (calzado, por ejemplo), no pueden ya contar con su mercado nacional con plena seguridad.

Según un estudio de la OCDE (2005), entre los obstáculos internos más relevantes para la internacionalización (algunos de estos elementos también se relacionan estrechamente con la innovación), de las PYMES están los relacionados con la información (por diferentes motivos carecen de datos confiables para la toma de decisiones oportuna), obstáculos funcionales (pobre desarrollo organizacional y capital humano no capacitado), obstáculos en materia de productos y precios, y aquellos relacionados con la distribución y la logística.

⁴ También es común hablar de MIPYMES, para incluir a las microempresas. En este trabajo se utiliza la expresión PYMES para referirse a todo el conjunto de empresas micro, pequeñas y medianas; sólo se excluyen a las empresas que suelen tener más de 250 empleados, y que según criterios oficiales se les clasifica como "grandes".

Respecto a obstáculos externos, se encuentran la infraestructura escasa e ineficaz, la falta de recursos financieros, las pobres políticas (o a veces inexistentes) reguladoras, obstáculos gubernamentales, entorno empresarial poco colaborador y, por supuesto, las dificultades del acceso al financiamiento, por diversidad de motivos, desde el desconocimiento de las instancias que pueden otorgarlo hasta las propias trabas legales y administrativas que éstas implican, especialmente para lograr créditos benignos (enfrentan a tipos de interés elevados, plazos de amortización más cortos y falta de garantías patrimoniales tradicionalmente solicitadas por el sistema financiero, pues en general las perciben como de mayor riesgo que a las grandes corporaciones).

Todo esto, en su conjunto deja un cuadro adverso para las PYMES.

Este panorama podría dar la impresión de que son sobre todo los factores externos como los antes enlistados los que dificultan el crecimiento de las PYMES, pero es justo decir que también los factores internos (mencionados más arriba), pueden ser de alta influencia. En especial, un factor interno que puede contribuir es el propio perfil del empresario, en cuanto a conocimientos, actitudes y motivación para involucrarse de lleno en el cambio que los tiempos demandan.

Un estudio sobre las MPYMES en el estado de Guanajuato (De la Garza, 2001), concluyó, entre otros aspectos importantes, que una mayor formalización de la práctica administrativa, correlaciona positivamente con un mejor enfrentamiento hacia el cambio de la organización y, naturalmente, esta formalización depende en gran parte de la disposición de dueños y gerentes para formalizar esas prácticas.

Los factores intangibles

La medición del perfil potencial de innovación no es algo nuevo; existen una gran cantidad de instrumentos para identificar la práctica de la innovación en las organizaciones actuales.

La mayor parte de ellos se enfoca a factores o indicadores cuantificables como son las finanzas, capacidad instalada, registro de patentes, diseño de nuevos productos, desarrollo tecnológico, entre otros, dejando de lado factores intangibles, en ocasiones más significativos, como la flexibilidad organizacional relacionada con factores de aprendizaje (Evans, 1991), el compromiso organizacional (Allen y Meyer, 1996), el soporte organizativo, que se basa en la teoría de la reciprocidad (Eisenberger et al, 1986), justicia procedimental (Moorman et al, 1998), confianza en la organización (Whitener, 2001), por mencionar algunos. Cada vez es más patente la relevancia que tienen estos factores en el éxito de las organizaciones, de ahí la importancia de identificar su presencia o no, así como su grado de impacto en las diversas actividades productivas e innovadoras.

2.1 Método

Estudio Previo (Primera Etapa)

Este trabajo está dando continuidad a uno previo sobre Cultura de Innovación en Empresas del Estado de Guanajuato (Vargas, Villarreal, Torres y Lomelí, 2012), que se describe a continuación

Objetivo General

Identificar qué saben, qué hacen y qué consideran necesitar para impulsar actividades de innovación, los empresarios de una muestra de empresas en el estado de Guanajuato. Se pretende obtener información reciente y útil para que las IES tomen mejores decisiones y lleven a cabo planes estratégicos para acercar las actividades de I+Di a las empresas de la región.

Población

Se encuestó un total de 135 empresas; el modo de conseguir las empresas a encuestar tuvo como base el apoyo de alumnos de algunos programas de licenciatura y posgrado de las escuelas de Educación y Desarrollo Humano, de Ingeniería y de Contabilidad y Administración de la Universidad De La Salle Bajío, ya sea porque están o estaban colaborado en ellas, sea como trabajadores o realizando algún tipo de práctica profesional o servicio social. Se les explicó a los alumnos que deseaban participar en el proyecto, el objetivo, las características de la encuesta y las condiciones de su aplicación. Especialmente se les pidió que la encuesta sólo fuera contestada por el Gerente General o el Gerente Administrativo. Realmente, para este estudio exploratorio, no interesaba mucho el tamaño⁵ y giro de la empresa, siempre y cuando estuviera activa y dentro del estado de Guanajuato. La encuesta fue respondida por un total de 135 empresas, pero se descartaron algunas ya que no la completaron totalmente o faltaron datos relevantes, como su ubicación, giro o número de empleados. Finalmente la muestra quedó en 91; en la tabla 1 se presenta el tamaño de las empresas y el sector, y en la tabla 2 su localidad.

Tabla 2 Tamaño por sector de las empresas estudiadas

Sector	Industrial	Servicios	Comercio	Total
Tamaño				
Pequeña	19	8	3	30
Mediana	18	4	2	24
Grande	18	17	2	37
Total	55	29	7	91

Fuente: elaboración propia

Tabla 2.1 Localidad de las empresas encuestadas

Ciudad	Pequeñas	Medianas	Grandes
León	23	17	26
Irapuato	3	2	1
Guanajuato	1	2	3
Dolores	1		
Pénjamo		1	
San Fco. Rincón	2	1	1
Silao		1	5
Celaya			1
Total	30	24	37

Fuente: elaboración propia

⁵ Para identificar su tamaño se tomaron los parámetros establecidos en el diario oficial de la federación del 30 de junio de 2009.

En cuanto al giro de las empresas estudiadas, éste se describe en la tabla 3.

Tabla 2.2 Tamaño por giro de las empresas estudiadas

Tamaño	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Giro				
Industria Eléctrica	0	0	1	1
Construcción	0	1	0	1
M. Calzado	13	13	9	35
M. Automotriz	2	1	8	11
M. Metal-Mecán.	3	1	0	4
M. PVC	0	2	1	3
M. Otras	1	0	0	1
Finanzas y Seguros	0	0	5	5
Ciencia y Tecnología	2	0	2	4
Educación	1	2	5	8
Salud y A. Social	1	1	4	6
Esparcimiento	0	1	0	1
Alojamiento/Alim.	3	0	0	3
Act. de Gobierno	1	0	0	1
Abarrotes/diversos	3	2	2	7
Total	30	24	37	91

Fuente: Elaboración propia

Instrumento

La encuesta denominada “Cuestionario de cultura, actividades y necesidades sobre innovación” se elaboró a partir de los temas de interés en que se centra este trabajo, así como de la revisión minuciosa de varias herramientas nacionales e internacionales para este propósito. En especial se tomó el formato de la “Guía Práctica para la Innovación de las Pymes” (2005), diseñado por la ESADE, institución española especializada en negocios. La encuesta incluye 26 preguntas⁶, de las cuales 23 tienen cuatro opciones, de modo que la primera tiende a indicar una baja apreciación del rubro que interroga y la cuarta indica su más alta apreciación o relevancia; las opciones segunda y tercera son intermedias, hacia abajo y hacia arriba, respectivamente. De las tres últimas, la 24 y 25, que exploran necesidades sobre innovación, tienen un formato de ordenar por importancia de interés las opciones mostradas en el rubro. Y la última pregunta, la 26 sólo ofrece dos opciones (Sí o No).

Los datos de la encuesta fueron capturados y procesados en un formulario de Excel, especialmente diseñado para este propósito, de modo que el programa puede ofrecer una amplia variedad de datos y gráficas, combinando las 26 preguntas del cuestionario con tamaño de la empresa (pequeña, mediana y grande), sector (industrial, servicios y comercio), así como los diferentes giros de cada sector (metal-mecánica, cuero-calzado, textil, etc. O servicios educativos, financieros, etc.).

⁶ El instrumento fue diseñado en colaboración con expertos en diseño de encuestas y con amplia experiencia en este tipo de investigaciones, para fortalecer su confiabilidad y validez se hizo una aplicación piloto a empresarios y gerentes estudiantes de programas de posgrado de la Universidad De La Salle Bajío; se revisó por un grupo de especialistas, según el Método de Validez de Expertos (Bostwick y Kyte, 2005).

La impresión y descripción de todas estas combinaciones sería exhaustiva, por lo cual se ha decidido elegir los datos generales y relevantes que permitan mostrar la visión y práctica de la innovación de las empresas participantes.

2.2 Resultados y discusión

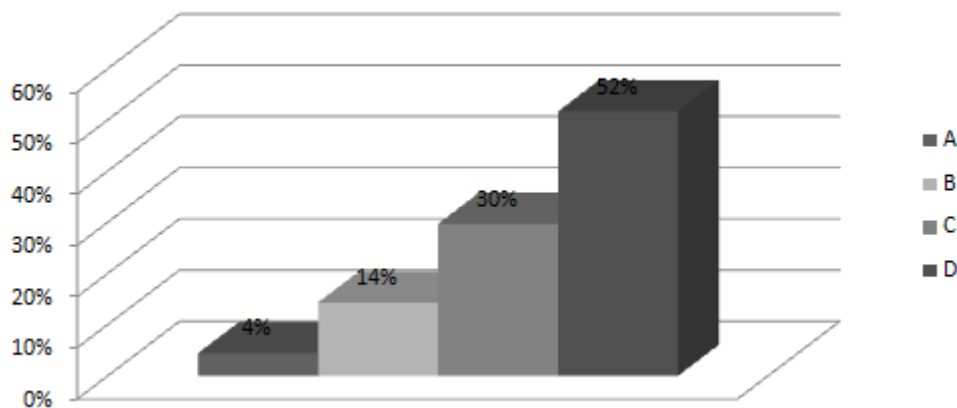
Este estudio respondió a tres grandes preguntas relacionadas con la Cultura de Innovación las empresas del estado: ¿Qué saben sobre el tema de la innovación? ¿Qué están haciendo, interna y externamente, para fomentarla? Y ¿Qué necesitan para desarrollarla?

Por cuestiones de espacio sólo se han presentado algunas gráficas relevantes, pero el estudio permite obtener las siguientes conclusiones⁷:

Respecto a la primera pregunta (gráfica 1), se puede apreciar que en general los empresarios tienen desde una vaga idea hasta un conocimiento sólido de lo que es la innovación; en cierto sentido, puede afirmarse que existe conciencia de la importancia que ésta tiene para ser exitosos y lograr sobrevivir en un entorno fuertemente competitivo. No obstante, pocas empresas realizan gestiones específicas para impulsarla internamente; sólo ocasionalmente se alinean los proyectos de desarrollo con la gestión de la innovación. Puede decirse que la cultura de innovación es limitada y tiende a ser más fuerte conforme la empresa cuenta con mayor infraestructura y recursos.

Existen empresas pequeñas y medianas que parecen tener una cultura creciente hacia la innovación, lo que hace evidente que otros factores, además de la capacidad tecnológica, los recursos financieros o materiales, inciden en ella, como podrían ser el capital humano e intelectual, la dinámica de las relaciones jefe-subordinado, estilo de ejercer la autoridad y el liderazgo, etc.

Gráfica 2 Conocimiento básico y conceptual de la innovación.



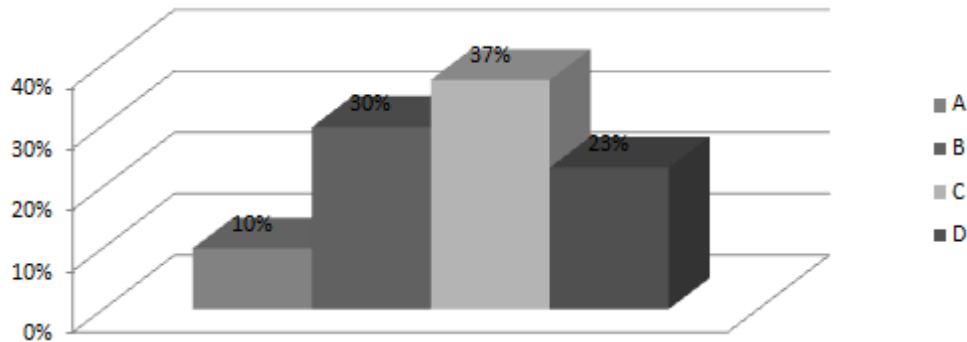
Fuente: Elaboración propia. Descripción:

- A) No se habla de innovación o la innovación es un tema ampliamente desconocido.
- B) Se conoce el concepto sólo desde un punto de vista intuitivo
- C) Se sabe que la innovación supone un esfuerzo importante y diferenciado respecto a las actividades diarias.
- D) La empresa es consciente de que la innovación supone un cuestionamiento de sistemas, conlleva una rotura de paradigmas y va normalmente acompañada de cambios profundos.

⁷ Naturalmente, dada las características de elección de muestra y tipo de población, los datos no pueden ser generalizados a la totalidad de las empresas, pero dan una visión aproximada de lo que está sucediendo en las empresas de la localidad.

En relación a la segunda interrogante que explora la realización de actividades para el desarrollo de la innovación, se integró por varias preguntas agrupadas en cuatro temas: condiciones organizacionales para la generación de la innovación; estructura organizacional; actividades de innovación realizadas en los diferentes procesos; y realización de actividades relacionadas con la gestión del conocimiento y el aprendizaje.

Gráfica 2.1 La innovación como estrategia empresarial

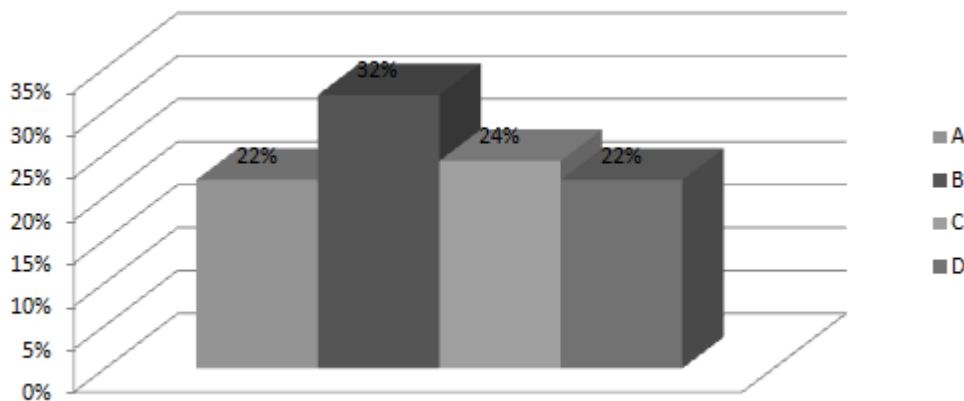


Fuente: Elaboración propia. Descripción:

- A) Los directivos se centran únicamente en las actividades ordinarias de explotación de la empresa.
- B) La estrategia empresarial no incluye claramente una política de innovación aunque haga referencia a ella.
- C) La estrategia empresarial se traduce a menudo en la creación de proyectos de innovación.
- D) La estrategia empresarial establece un marco coherente que incluye la realización de proyectos de innovación a corto plazo y el desarrollo de competencias a largo plazo.

Al menos un tercera parte de las empresas estudiadas no tienen una estrategia que defina claramente una política sobre innovación (gráfica 2); el 37% afirman que su estrategia empresarial a menudo sí se traduce en proyectos de innovación. Sólo el 23% afirmó tener una estrategia que se traduce regularmente en proyectos de innovación y el desarrollo de competencias a largo plazo.

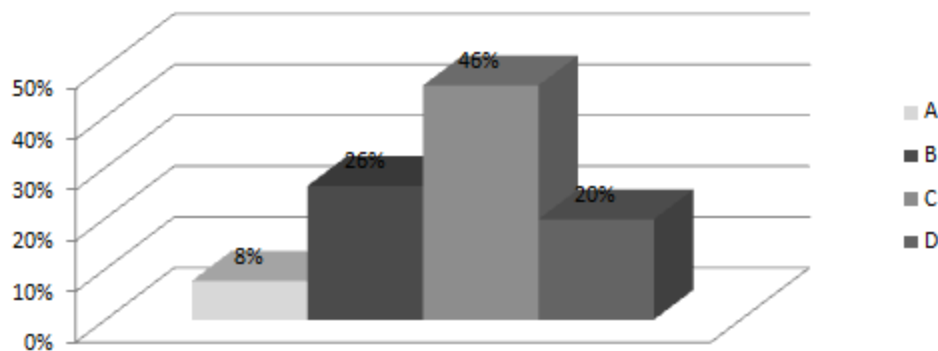
Por cuestiones de espacio, se han comentado sólo los resultados generales. Sin embargo, en la encuesta se pudo observar y conforme a cierta lógica, que sustenta el tener una mayor infraestructura y recursos, que las empresas más grandes tienden a dedicar más tiempo y a incentivar actividades relacionadas con la innovación, y que en general son estas empresas las que tienen una cultura más sólida hacia la innovación. Pero también es importante resaltar que un porcentaje amplio de pequeñas y medianas empresas están haciendo importantes esfuerzos, como se comentada al inicio de este apartado, lo que significa que más recursos e infraestructura no es necesariamente igual a innovación, ya que otros elementos o factores son también relevantes (preparación y disposición del capital humano, relaciones jefe-subordinado, maneras de ejercer el liderazgo y la autoridad, etc.). Por ejemplo, en lo que respecta a estructura organizacional (gráfica 3), un porcentaje interesante de empresas pequeñas y medianas (24% y 22%, al sumar las respuestas C y D) afirman estar esforzándose en modificar sus estructuras para favorecer la creatividad y la innovación (por ejemplo, promoviendo el trabajo en equipo, estructuras más flexibles, dedicando algo de tiempo y recursos a la exploración, etc.).

Gráfica 2.2 Existe una estructura organizacional preparada para la innovación

Fuente: Elaboración propia. Descripción:

- A) La empresa tiene una estructura rígida enfocada al control.
- B) Algunas partes de la empresa consiguen desarrollar algunos proyectos de innovación pero el resto de la organización genera barreras importantes que frenan dichas actividades.
- C) Los proyectos de innovación se suceden en la empresa con algunos problemas que se resuelven de forma puntual.
- D) La empresa tiene estructura plana que permite la generación de innovación. El departamento de I+D (Investigación y Desarrollo) es fuerte y se organizan grupos de proyecto flexibles con amplia capacidad de actuación. La información fluye libremente.

De la misma manera, aún cuando son las empresas grandes las que parecen invertir y dedicar más tiempo a mejorar sus procesos fundamentales a los mencionados más arriba indican que empresas pequeñas y medianas también hacen esfuerzos importantes en este sentido, así como a realizar actividades para atender la vigilancia tecnológica (gráfica 4). Otro aspecto sobresaliente, son los esfuerzos para promover la creatividad y la generación de nuevos conceptos (46% y 20% en C y D), aún cuando se hace de manera no sistemática, o con estrategias bien definidas.

Gráfica 2.3 Se promueve la creatividad y la generación de conceptos innovadores

Fuente: Elaboración propia. Descripción:

- A) No aparece como una prioridad.
- B) Se habla de la creatividad sin saber muy bien en qué consiste ni qué condiciones son necesarias para promoverla.
- C) La empresa promueve la creatividad y la generación de nuevos conceptos aunque a menudo se encuentran desconectados de un esfuerzo sistemático de innovación.
- D) La organización deja que los miembros actúen con libertad en las etapas iniciales de los proyectos de innovación. Existen procesos de vigilancia del entorno para incorporar nuevos conceptos. La creatividad y la generación de conceptos son una parte importante de los proyectos.

2.3 Conclusiones

La mayor parte de las empresas coinciden en que sus necesidades esenciales para promover la innovación, son la asesoría técnica para el desarrollo de nuevos productos y servicios, asesoría para mejorar los procesos administrativos y el desarrollo del capital humano. Si bien hubo mención a los recursos financieros, es claro que ésta no es la principal limitación, aún cuando no deja de ser sumamente importante, los empresarios parecen tener claro que la innovación no es algo que tenga que ver sólo con más recursos financieros, sino con un fundamental cambio de cultura.

Estaría por analizarse en dónde debe recaer la responsabilidad de promover este cambio.

Segunda Etapa

Objetivo general

A partir de este estudio el cuerpo académico Seminario de Estudios Organizacionales y Humanísticos (SEOH)⁸, está entrando a la segunda etapa del proyecto que tiene como objetivo:

Estudiar los factores que impiden la efectividad organizacional de las Pymes en el mercado global; y a partir de estos resultados, diseñar e implementar un instrumento que permita construir un “open data”, para generar las estrategias de negocios innovadoras que contribuyan a mejorar su rentabilidad y su competitividad.

Entre los avances del proyecto en esta etapa, está la clarificación y determinación de algunos conceptos relacionados con la cultura organizacional y la innovación. La innovación es ante todo un proceso (Gee, 1981; Piatier, 1987), que da inicio con la generación de una idea original, generalmente motivada para satisfacer una necesidad o resolver un problema específico, que lleva al desarrollo de un producto, técnica o servicio útil hasta que es aceptado en el mercado (Gee, 1981). Pavón y Goodman (1981), consideran que la innovación es un conjunto de actividades que tienen lugar durante un período de tiempo y en un espacio particular, que orientan la introducción con éxito en el mercado, por primera vez, una idea en forma de nuevos productos (o mejoras a los mismos), servicios o técnicas de gestión y organización.”

De estas definiciones y de la minutas de trabajo del SEOH (2013), en dónde se resumieron las aportaciones de los integrantes del seminario, se definió la Cultura de Innovación como: “el conjunto de significados, hechos y acciones cotidianas que experimentan y expresan los miembros de una organización en un espacio y tiempo particular, de modo que facilitan o promueven procesos creativos con la finalidad satisfacer una necesidad y/o resolver un problema específico, lo que da por resultado el desarrollo o mejoramiento de un producto, un método o un servicio, que llevará a elevar el desempeño, la productividad y, de ser el caso de una organización lucrativa, su rentabilidad”.

Entre las condiciones contextuales que impulsan a promover una cultura de innovación, se pueden considerar las siguientes:

- La integración y la innovación que requieren las nuevas formas organizacionales se fundamentan en la participación y compromiso de las personas, aspectos que sólo pueden conseguirse en un clima laboral sano.

⁸ Este seminario está integrado como un cuerpo académico desde agosto del 2012, en el cual participan 11 investigadores de diferentes unidades académicas de la Universidad De La Salle Bajío.

- La consideración de que la racionalidad es limitada ha hecho necesario cada vez más recurrir a modelos o teorías cognitivas o a la psicología en general, para comprender aún más fondo la manera en que los factores subjetivos influyen en los diversos procesos que tienen en lugar en las organizaciones.
- La relevancia que el concepto de cultura organizacional ha venido tomando, subraya que los aspectos humanos específicos de cada contexto en que se inserta una organización, resultan relevantes para la obtención de resultados positivos o productivos. Valores, hábitos, tradiciones, creación y transmisión de significados, etc., son fundamentales para el estudio y comprensión de la organización.
- Ahora más que nunca la equidad de género se convierte en una necesidad prioritaria para integrar positivamente a los miembros de la organización.
- La necesidad de trabajar por equipos de proyecto o fuerza de tareas, requiere una reconsideración de las prácticas administrativas tradicionales que no pueden responder a esta demanda de la nueva organización flexible o "acoplada flojamente".
- La nueva organización flexible requiere de "trabajadores del conocimiento" y éstos tienden más a la autogestión, situación que no se puede dar en una empresa con una visión conservadora mecanicista, rígida y autocrática.
- El ambiente nebuloso, inestable y altamente dinámico de los ambientes en que se insertan las empresas de hoy, requiere que las personas sean más independientes, automotivadas, autodeterminadas y facultadas, aspectos que sólo pueden tener lugar en un ambiente como el que promueven filosofías que pongan como centro al ser humano y tengan una visión holista de la realidad.

Hipótesis

La gran mayoría de las Pymes estudiadas poseen un bajo perfil para la innovación, debido a factores tangibles (como administración deficiente y baja tecnología) e intangibles (como baja motivación y/o satisfacción laboral de los colaboradores y procesos de aprendizaje deficientes).

Objetivos Específicos

- Estudiar los factores que inciden en la baja efectividad en las organizaciones.
- Diseñar e implementar una herramienta de autodiagnóstico para identificar el perfil de innovación (fortalezas y áreas de oportunidad) de las Pymes.
- Obtener información relevante sobre la cultura y el perfil de innovación de las PYMES, para las instituciones educativas y dedicadas a la investigación que promueven actividades de I+Di.
- Construir el "open data" de las organizaciones estudiadas.
- Promover el desarrollo de una cultura de innovación en las PYMES, especialmente en los sectores y grupos de empresas más alejados de estas prácticas.
- Promover en las empresas una cultura basada en la equidad de género, el liderazgo positivo y en general una visión humanista de la organización.

2.4 Metas o Resultados Esperados

- Contribuir al desarrollo de la productividad y la sustentabilidad a través de la promoción de una cultura orientada a la innovación.
- Identificación de las mejores prácticas y profundización de su análisis, a través del estudio de caso.
- Hacer propuestas de política industrial con la finalidad de elevar la competitividad de las empresas en particular, y del estado en general.
- Elaborar un instrumento para Identificar el perfil potencial de innovación en las PYMES.
- Construir el “open data” de las organizaciones.
- Difundir el instrumento en organismos públicos y privados que apoyen a las PYMES.

2.5 Agradecimientos

Este proyecto tiene lugar gracias al apoyo de la Universidad De La Salle Bajío y las diferentes unidades académicas a las que están adscritos los investigadores miembros del Seminario de Estudios Organizacionales y Humanísticos.

2.6 Referencias Bibliográficas

Allen, N.J; Meyer, J.P (1996). “Affective, continuance and normative commitment to the organization: An examination of construct validity”, *Journal of Vocational*

Behaviour, vol. 49, pp. 252-276.

Castells, M. (2004). *Globalización, tecnología, trabajo, empleo y empresa*. [Documento en línea]. Disponible en <http://www.google.com>. [Consulta: 2010, Octubre 25].

Contreras Soto, R. (2006). *Una aproximación a los Problemas de la Microempresas en México*. Edición electrónica en www.eumed.net/libros.

De la Garza, Teresa. (2001). *Evaluación del Desempeño Del Micro, Pequeño y Mediano Empresario ante el Cambio Organizacional: Un Estudio en el Estado de Guanajuato, México*. Tesis Doctoral, Instituto Politécnico Nacional, ESCA.

Eisenberger, R.; Huntington, R.; Hutchison, S.; Sowa, D. (1986). “Perceived organizational support”, *Journal of Applied Psychology*, vol. 71, pp. 500-507.

Evans, J.S. (1991). “Strategy flexibility for high technology manoeuvres: A conceptual framework”, *Journal of Management Studies*, vol. 28 (1), pp. 69-89.

Gee, S. (1981). *Technology transfer, Innovation and International Competitiveness*. Nueva York; Wiley & Sons.

INEGI. (2006). *Encuesta Nacional de Innovación*. Distrito Federal: INEGI.

López Santiago, Noemí y Martínez Gómez, Francisco (2008). La Capacidad Innovativa de las PYMES, un Elemento Determinante para la Conformación de un Sistema Regional de Innovación. Ponencia Congreso SINNCO 2008, Guanajuato, México.

Martínez, Adriana. (2006). Capacidades Competitivas en la Industria del Calzado en León. México, Plaza y Valdéz.

Moorman, R.H.; Blakely, G.L.; Nichoff, B.P. (1998). "Does perceived organizational support mediate the relationships between procedural justice and organizational citizenship behaviour?", *Academy of Management Journal*, vol. 41, pp. 351-357.

OCDE, (2005). Informe de la Reunión de expertos sobre el aumento de la capacidad de producción de las empresas de los países en desarrollo mediante la internacionalización. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, Ginebra, Suiza.

Pavón, J. y Goodman, R. A. (1981). La Planificación del Desarrollo Tecnológico,

Proyecto MOLDETEC. CDTI-CSIC, Madrid.

Pérez, Laura M. (2008). Factores Determinantes del Proceso Innovador. Caso: Pyme Metalmecánica del Municipio de San Cristóbal, Táchira, Venezuela. Ponencia Congreso SINNCO 2008, Guanajuato, México.

Piater, A. (1987). Les innovations transectorielles et la transformation des entreprises. ESADE, Barcelona.

SEOH (2013). Minutas del Seminario de Estudios Organizacionales y Humanísticos, tercera etapa. Universidad De La Salle Bajío.

Vargas, J, Villarreal, F., Torres, I. y Lomelí, M. (2012). Cultura de Innovación en Empresas del Estado de Guanajuato. Reporte de Investigación, Universidad De La Salle Bajío.

Whitener, E.M. (2001). "Do "High Commitment" human resource practices affect employee commitment? A cross-level analysis using hierarchical linear modelling", *Journal of Management*, nº 27, pp. 515-535.

Influencia del nivel socioeconómico en el rendimiento académico de los alumnos del programa educativo de ingeniería industrial en la Universidad Politécnica de Altamira

Zahira Cruz, Juana Medina, Jorge Vázquez, Enrique Espinosa y Alejandrina Antonio

Z. Cruz, J. Medina, J. Vázquez, E. Espinosa y A. Antonio
Universidad Politécnica de Altamira
Universidad Politécnica de Altamira, Tamaulipas, México
zahira.cruz@upalt.edu.mx

M. Ramos., V. Aguilera., (eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

The goal of this study is to find the influence that exists between academic achievement and socioeconomic level (NSE as its initials in Spanish) of the students of the Industrial Engineering degree at the Universidad Politecnica de Altamira. This is a descriptive, analytic and explanatory study that was developed as it follows: to obtain every individual NSE, the socioeconomic survey "Regla 10X8" of the Mexican Association of Market and Opinion Agencies of Intelligence (AMAI for its initials in Spanish) was employed. Using historical information of the University database and the record of scholarships granted to its students, a correlation between NSE and academic achievement was realized. In a general perspective, a very weak correlation between these two variables was found and presented as a linear equation. The obtained results will be used to determine the efficiency of the scholarships awarded by the Universidad Politecnica de Altamira, as well as for designing strategies to help other students with low NSE to continue with their studies.

3 Introducción

Muchos son los factores que se asocian a los resultados del rendimiento académico de los alumnos, Espinoza (2006), explica como el maltrato familiar le afecta a los alumnos, mientras que Covadonga (2001), propone que los factores familiares, la formación de los padres, el entorno familiar son factores fundamentales para el buen desempeño de un alumno, así como el nivel socioeconómico en el que se encuentran y el clima familiar que se percibe. El background familiar está definido, según Coleman (1966) a través de una serie de aspectos como el nivel socioeconómico familiar, la formación de los padres, los recursos culturales con los que cuenta el hogar y la estructura familiar. Por otro lado, Caso (2007), agrega variables de estudio como el tipo de institución y el barrio donde se ubica.

Contreras et. al. (2005), estudia la relación del rendimiento académico entre las variables psicológicas percepción de autoeficacia y ansiedad. Además Costa (1997), en su trabajo estudia las variables de motivación, intelecto y personalidad y concluye que el rendimiento académico surge por la concatenación de factores causales como el rendimiento escolar previo, las notas de los exámenes, el autoconcepto general y las expectativas del individuo.

Otras variables consideradas por García (2000), son el rendimiento académico previo como base para pronosticar el rendimiento académico en un futuro, así como la participación y asistencia que considera variables importantes. Sin embargo una vez realizada la búsqueda de la literatura, se encontró una serie de trabajos donde se menciona el nivel socioeconómico como factor determinante para el rendimiento académico, tal es el caso de Lizasoain et.al. (2007), quien plantea una hipótesis en la que permite verificar que los estudiantes con nivel socioeconómico más bajo obtienen un rendimiento académico más bajo en centros educativos que se encuentran en barrios bajos.

Por otro lado Vargas (2007), concluye que si aumenta el nivel socioeconómico disminuye el rendimiento académico. También expresa que sí existe una fuerte relación entre los alumnos que solicitaron beca y que no tienen una condición socioeconómica tan adversa, como aquellos que no solicitan apoyo (Vargas, 2014).

Así entonces, es común oír entre los alumnos con bajo rendimiento académico dar como excusa que no tienen apoyo económico de sus padres para cumplir con las actividades fuera de clase que el maestro les pide como reforzamiento del aprendizaje, sin embargo encontramos alumnos de alto nivel académico que con pocos recursos económicos, logran cumplir con las evaluaciones de medición del conocimiento plenamente y acorde con el programa de estudio del maestro y además con expectativas superadas. ¿A qué se debe esta contradicción?

El presente trabajo pretende determinar los factores de un estudio socioeconómico, y el rendimiento académico que debiera tener el alumno para definir la tendencia y además la correlación entre los diferentes factores socioeconómicos contra rendimiento académico que tienen los alumnos de la Universidad Politécnica de Altamira, con el objetivo de estratificar a los alumnos según su nivel socioeconómico, además de que tan relacionadas se encuentran estas variables entre sí. Así mismo conocer la población estudiantil que cuenta con beca y realizar un análisis detallado de la eficiencia de éstas, basado en el NSE.

3.1 Rendimiento académico

El rendimiento académico es la conjugación de distintos factores multicausales que inciden en el resultado académico, en el que interactúan elementos sociodemográficos, psicosociales, pedagógicos, institucionales y socioeconómicos; entre ellos, elementos tan variados como: la motivación, la ansiedad, la autoestima, la percepción del clima académico, el entusiasmo, el docente, el sentido de propósito y demás (Montero Villalobos, 2004b en Garbanzo 2013).

El rendimiento académico de los alumnos se ha vuelto un tema amplio de discusión en la educación, varios autores han establecido diferentes conceptos, Jiménez, M. (2000) lo define como “nivel de conocimientos demostrado en un área o materia comparado con la norma de edad y nivel académico”.

Alves y Acevedo (1999) asumen que el rendimiento académico es “el resultado del proceso de aprendizaje, a través del cual el docente en conjunto con el estudiante pueden determinar en qué cantidad y calidad, el aprendizaje facilitado, ha sido interiorizado por este último. Morales A.L., (1999), lo define como “la resultante del complejo mundo que envuelve al estudiante, determinada por una serie de aspectos cotidianos (esfuerzo, capacidad de trabajo, intensidad de estudio, competencias, aptitud, personalidad, atención, motivación, memoria, medio relacional), que afectan directamente el desempeño académico de los individuos”. García y Palacios, (1991: 17) lo definen como “concepto y tema de estudio es dinámico y estático, pues responde al proceso de aprendizaje y se objetiva en un "producto" ligado a medidas y juicios de valor, según el modelo social vigente” y Montes y Lerner (2010) lo expresan como “complejo en su definición y forma de abordarlo, se modifica de acuerdo al objetivo del estudio y el enfoque y puede ser amplio o limitado, tener aspectos netamente cuantitativos, cualitativos o de ambas perspectivas”.

Los factores que influyen en el rendimiento académico de los alumnos son sin duda, aspectos académicos, sociales, culturales, personales y económicos, mismos que pueden incidir directamente en el desempeño de los estudiantes y afectar directamente el mismo.

El aspecto académico se refiere al factor enseñanza aprendizaje desde los inicios del estudiante y como el mismo se desenvuelve en su proceso formativo. Hernández y Pozo (1999) y Contreras (2008), identifican en los hábitos de estudio (tiempo de dedicación, entre otros), y hábitos de conducta académica (asistencia a clases, uso de tutorías), un elemento fundamental a la hora de analizar el rendimiento académico. El aspecto social se refiere a la influencia que tiene la institución en la que el alumno se encuentra, así como las personas que los rodean. Al elegir la institución educativa en la que el alumno se formará como un elemento profesional para el mundo laboral es de gran relevancia para su rendimiento académico, ya que ésta elección representa un voto de confianza para acceder al conocimiento científico y desarrollo profesional.

Valenzuela, Schiefelbein y Vélez (1994), Barrientos y Gaviria (2001) y Mella y Ortiz (1999), quienes consideran indispensable el nivel de capacitación y la formación de los docentes, así como su vocación como educadores y calidad humana que detentan en su práctica.

Enfatizan en la importancia del método de enseñanza, y en la calidad de la relación establecida entre los estudiantes, docentes y objeto de conocimiento. Por su lado, Díaz (1995), enfatiza en la percepción que tienen los estudiantes de la labor del docente para analizar el rendimiento académico de los mismos.

Asimismo, para Reyes (2001) los profesores tienen un papel fundamental en el aprendizaje y son altamente responsables por lo bueno o lo malo que éste resulte, debido a que no detectan previamente los problemas de aprendizaje de sus alumnos ni orientan su labor a subsanarlos.

La influencia de las amistades es determinante. Si están en un grupo de personas con buen rendimiento, lo usual es que compartan ese nivel de rendimiento. Si es un grupo de personas no bien adaptadas al colegio y con bajo rendimiento, a la larga se perjudicarán buscando la aceptación del grupo (Blanca García Bocaranda, 2000).

El aspecto cultural se refiere todos los aspectos de la sociedad que influyen en una persona como consecuencia de hábitos y costumbres. Fue Edward B. Tylor (1871) quien definió la cultura como “Ese complejo total que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, la costumbre y cualquiera otra capacidad o hábito adquirido por el hombre como miembro de la sociedad”.

El aspecto personal hace referencia a aspectos individuales o psicológicos de los alumnos que impactan en el rendimiento académico, es decir, las motivaciones personales y habilidades de cada ser único, que cuenta una historia individual para percibir el mundo e interpretarlo con sus capacidades, aptitudes y actitudes en el simple deseo de la búsqueda del saber. Como lo describe Montes, Isabel y Lerner Jeannette (2010).

El deseo de saber, señalado por Romano (2007) y Betancur (2000), es fundamental para el éxito o no en el desempeño universitario. En este aspecto, se encuentra una diferenciación clave en la concepción de deseo o motivación; esto último hace referencia a estímulos conscientes, intrínsecos o extrínsecos al joven, referidos a la promesa de lucro tras la finalización de sus estudios, el reconocimiento social y familiar, el cumplimiento de metas personales o familiares explícitas para el individuo, entre otros.

Muchas Universidades de Latinoamérica han realizado estudios para conocer los posibles factores asociados al rendimiento académico, sin embargo, es poca la información que se puede encontrar relacionando el rendimiento académico desde la perspectiva del nivel socioeconómico. Siendo esta una variable de suma importancia que justifique las políticas institucionales que se desarrollan en la Universidad, así como las estrategias que puedan desarrollarse en el futuro, con el objetivo de que se tomen en cuenta las particularidades de cada uno de los alumnos para poder elevar el rendimiento académico. Y otorgar algún tipo de beca para los alumnos que estén caracterizados por dos variables; NSE Bajo y rendimiento académico. Tal es el caso de los estudios realizados por Santín (2001), España, Rosales (2006) en Cuba y Garbanzo (2013) en Chile. Autores que han estudiado la relación entre estas variables y han concluido sobre ello.

3.2 Nivel Socioeconómico

El nivel socioeconómico se refiere a las condiciones que tienen los estudiantes para satisfacer las necesidades que plantea el sostenerse en el momento de su desarrollo profesional, tales como: alimentación, vestuario, vivienda, esparcimiento, transporte, material de estudio entre otras. Si las condiciones son favorables en éste aspecto, suponemos que las actividades académicas tendrán resultados satisfactorios y que en su entorno familiar tendrán ese NSE.

En base en los estudios desarrollados por Valdivieso, Monar y Granda (2004), Mella y Ortiz (1999), Porto, Di Gresia y López (2004), Barrientos y Gaviria (2001), Valenzuela, Schiefelbein, et al. (1994), García y San Segundo (2001) y Tonconi (2010), señalan que las comodidades materiales y la capacidad de los padres para destinar más y mejores recursos para el desempeño escolar de los hijos, inciden significativamente en el rendimiento académico.

Esta investigación se centra en validar la relación que existe entre el rendimiento académico y el aspecto socioeconómico y cómo puede afectar estos dos factores en el desempeño del estudiante a través de un estudio de correlación.

El nivel socioeconómico, representa la capacidad para acceder a un conjunto de bienes y estilo de vida (AMAI, 2013). Es una segmentación del consumidor y las audiencias que define la capacidad de consumir. Se puede decir que el nivel socioeconómico es una mediación de factores demográficos, sociales, tecnológicos y mediáticos, que a través de una dinámica social compleja, llevan a un estilo de vida definido.

La encuesta socioeconómica que se aplicó a los alumnos de la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad Politécnica de Altamira se efectuó con el fin de conocer el nivel de necesidades cubiertas siendo estas clasificadas conforme Maslow (1991), en términos de información personal, condiciones de vivienda e información sobre la familia. Se puede identificar el nivel socioeconómico de los estudiantes en siete niveles socioeconómicos de acuerdo a la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI), dedicada a investigación de mercados y de opinión, que estratifica los niveles socioeconómicos (NSE) en siete, de la siguiente manera:, descritos en la tabla 1.

Tabla 3 Estratificación de Clases Sociales en México

Nivel	Nombre	Puntuación	Descripción
AB	Clase Alta	193+	Es el segmento con el más alto nivel de vida. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado básicamente por individuos con un nivel educativo de Licenciatura o mayor. Viven en casas o departamentos de lujo con todas las comodidades.
C+	Clase Media Alta	155-192	Este segmento incluye a aquellos que sus ingresos y/o estilo de vida es ligeramente superior a los de clase media. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado por individuos con un nivel educativo de Licenciatura. Generalmente viven en casas o departamentos propios algunos de lujo y cuentan con todas las comodidades.
C	Clase Media	128-154	Este segmento contiene a lo que típicamente se denomina clase media. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado por individuos con un nivel educativo de preparatoria principalmente. Los hogares pertenecientes a este segmento son casas o departamentos propios o rentados con algunas comodidades.
C-	Clase Media Baja	105-127	Los hogares de este nivel se caracterizan por tener cubiertas las necesidades de espacio y sanidad y por contar con enseres y equipos que le aseguren el mínimo de practicidad y comodidad en el hogar.

D+	Clase Media Baja	80-104	Este segmento incluye a aquellos hogares que sus ingresos y/o estilos de vida son ligeramente menores a los de la clase media. Esto quiere decir, que son los que llevan un mejor estilo de vida dentro de la clase baja. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado por individuos con un nivel educativo de secundaria o primaria completa. Los hogares pertenecientes a este segmento son, en su mayoría, de su propiedad; aunque algunas personas rentan el inmueble y algunas viviendas son de interés social.
D	Clase Baja	33-79	Este es el segmento medio de las clases bajas. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado por individuos con un nivel educativo de primaria en promedio (completa en la mayoría de los casos). Los hogares pertenecientes a este segmento son propios o rentados (es fácil encontrar tipo vecindades), los cuales son en su mayoría de interés social o de rentas congeladas.
E	Clase más Baja	0 -32	Es el segmento más bajo de la población. Se le incluye poco en la segmentación de mercados. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado por individuos con un nivel educativo de primaria sin completarla. Estas personas no poseen un lugar propio teniendo que rentar o utilizar otros recursos para conseguirlo. En un solo hogar suele vivir más de una generación y son totalmente austeros.

Fuente: Adaptación de Congreso AMAI, 2011

Este cuestionario conocido como la regla AMAI 10X8, se ha convertido en el criterio estándar de clasificación de la industria de la investigación de mercados en México desde 1994.

Clasificando a los hogares en siete niveles, a partir varias variables: Escolaridad del jefe de hogar, número de habitaciones, número de baños con regadera, tipo de piso, número de focos, auto, boiler, lavadora, computadora, ingreso mensual, etc.

3.3 Método

Para realizar este trabajo, se realizó una búsqueda, análisis y recopilación de información para encontrar los instrumentos idóneos. Se utilizó una técnica de recolección y análisis cuantitativo. Se adaptó el instrumento de medición: Encuesta socioeconómica de la AMAI, (2013). Posteriormente, se aplicó a una población de 389 alumnos, sin embargo sólo se tomó una muestra representativa de 281, correspondiente a un 72.23%. Así mismo se solicitó la base de datos del rendimiento académico y el padrón de alumnos becados en el Departamento de Servicios Escolares de la UPALT. Se utilizó software estadístico para la captura, análisis e interpretación de los datos, mediante la técnica de agrupación por intervalos, medias y correlación. Los datos se agruparon por generación, rendimiento académico (promedio), edad, sexo, nivel socioeconómico. Se analizaron los datos de manera general y particular. Se determinó la relación de la variable independiente “y” como el rendimiento académico a partir de una variable independiente, “x” como el nivel socioeconómico. Así mediante un análisis de covarianza, se determinó el grado de correlación que existe entre “y, x”.

Se planteó el siguiente supuesto: A mayor nivel socioeconómico, mayor rendimiento académico.

Dando paso al establecimiento de la hipótesis del estudio:

H1: Existe relación entre el nivel socioeconómico y el rendimiento académico de los alumnos del programa educativo de Ingeniería Industrial de la Universidad Politécnica de Altamira.

H0: No existe relación entre el nivel socioeconómico y el rendimiento académico de los alumnos del programa educativo de Ingeniería Industrial de la Universidad Politécnica de Altamira.

Posteriormente se realizó la caracterización de la muestra poblacional de la siguiente manera: La población estudiantil de ingeniería industrial es de 389 alumnos, la encuesta fue aplicada a una muestra de 281 alumnos, se considera representativa en un 72.23%. El 60.14% son hombres y 39.85% mujeres, ver gráfica 1. Están distribuidos por generaciones de la siguiente manera: 1.78% de la cuarta generación (alumnos ingresados en septiembre 2010), 23.49% de la quinta generación (alumnos ingresados en septiembre de 2011), 38.08% de la sexta generación (alumnos ingresados en septiembre de 2012) y 37.01% de la séptima generación (alumnos ingresados en septiembre 2013), ver gráfica 2. La muestra cuenta con un promedio de 20 años. Geográficamente ubicados en su domicilio, el 72.60% vive en Altamira, 4.98% en Cd. Madero, 18.15% en Tampico y en otros municipios (González, Esteros, Cuauhtémoc, Congregación Anáhuac, Pánuco) vive el 4.27%. El 93.95% de los alumnos son solteros, el 6.05%, son casados o viven en unión libre. El 23.49% son empleados en alguna modalidad ya sea tiempo completo, medio tiempo, fines de semana o eventual. Al 76.51% de los alumnos los apoyan padres o cuentan con algún tipo de beca para sus estudios.

Gráfico 3 Distribución porcentual por sexo

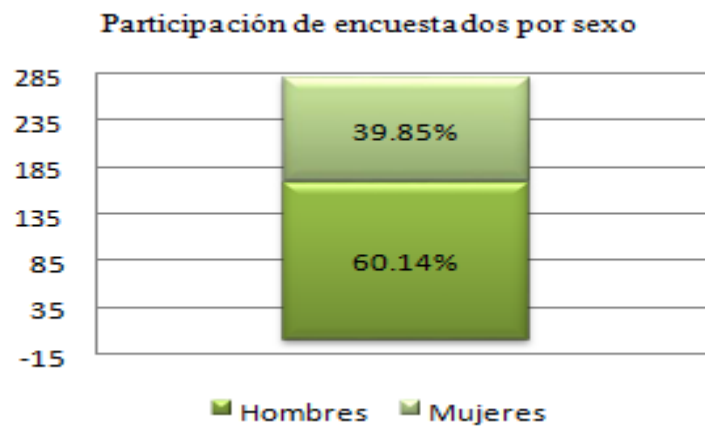


Gráfico 3.1 Distribución porcentual por generación

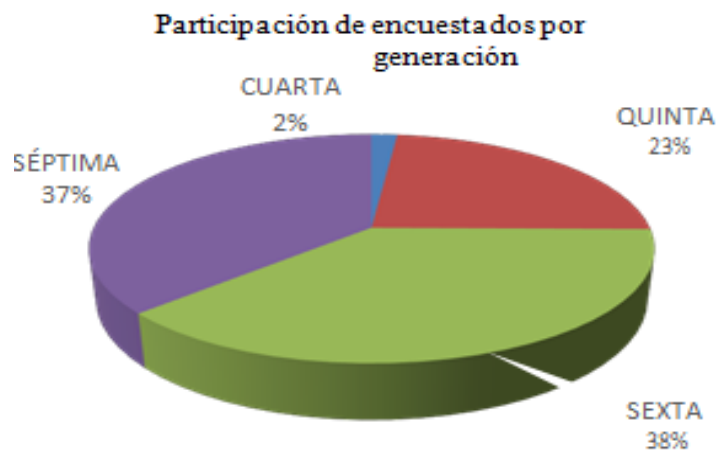


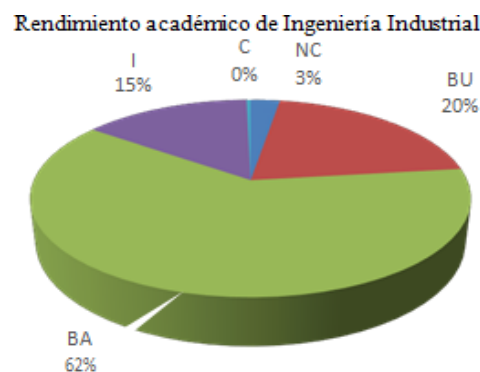
Gráfico 3.2 Distribución geográfica de la muestra

Finalmente, se obtuvieron los resultados y hallazgos importantes, los cuales fueron analizados y comparados entre grupos de alumnos con las mismas características, para encontrar si existe exclusividad entre las variables y posteriormente para determinar las conclusiones y recomendaciones de estudios posteriores.

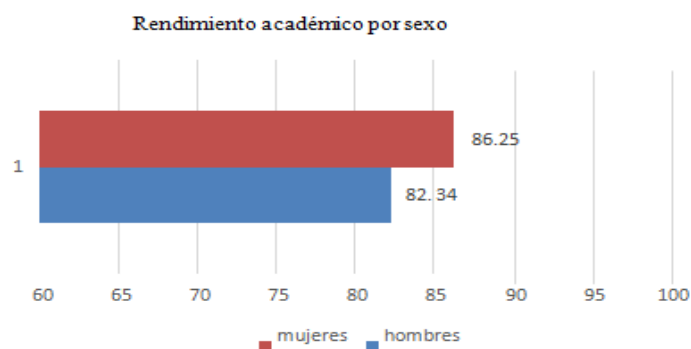
3.4 Resultados y Discusión

a) Rendimiento académico

Siendo el rendimiento académico uno de los principales indicadores de eficiencia de la educación superior, de acuerdo a la escala de calificaciones de un modelo de educación basado en competencias (EBC), y conforme al Reglamento de Estudios de Profesional Asociado y Licenciatura de las Universidades Politécnicas; la equivalencia numérica es: No Competente (NC: 0.00-69.99), Básico Umbral (BU: 70.00-79.99), Básico Avanzado (BA: 80.00-89.99), Independiente (I: 90.00-99.99), Competente (C: 100.00). Se tiene que, el promedio general del programa educativo de Ingeniería Industrial de la Universidad Politécnica de Altamira a Diciembre de 2013, es de 82.71, correspondiente a un BA. El promedio de la muestra que se ocupó para la realización de este trabajo es de 83.79. (Ver gráfico 4)

Gráfico 3.3 Rendimiento académico de la muestra

Como hallazgo se puede mencionar que las mujeres representadas por un 39.85% tienen más alto el rendimiento académico que los hombres. Lo anterior se muestra en el gráfico 5.

Gráfico 3.4 Rendimiento académico por sexo

b) Becas

Derivado de una serie de programas de la Secretaría de Educación Pública (SEP, 2001), con el objetivo de promover la equidad en el acceso y la permanencia en la educación superior pública, se instrumentó una política educativa: Programa Nacional de Becas y Financiamiento (PRONABES) con el propósito de que una mayor proporción de jóvenes en condiciones económicas adversas accedan a los servicios públicos de educación superior, y con ello puedan iniciar, continuar y concluir dicho tipo educativo, dentro de los programas: técnico superior universitario y licenciatura de buena calidad. La Universidad Politécnica de Altamira, adherida a este programa ofrece las facilidades necesarias para que el alumno realice el trámite de solicitud de beca. La beca PRONABES consiste en apoyo económico a jóvenes, en condiciones económicas adversas, (PRONABES, 2013), otorgando \$750.00 mensuales en el primer año del programa educativo, \$830.00, durante el segundo año, \$920.00 mensuales durante el tercer año del plan de estudios y \$1000.00 durante el cuarto y quinto año para programas con esa duración.

En la Universidad Politécnica de Altamira, desde 2010, en acuerdo de junta directiva, se realizó el compromiso de apoyar a los alumnos con mejor rendimiento académico, es por eso que tiene la beca Institucional a la cual, todo aquel alumno con rendimiento académico promedio de 8.0 a 8.4 se hace acreedor a un descuento del 30%, de 8.5 a 8.9 un 50% y de 9.0 a 10.0 un 100% en la colegiatura. Además el rector de la Universidad está facultado para otorgar esta beca a los alumnos que aún no teniendo el rendimiento académico antes descrito, tengan la necesidad de éste apoyo.

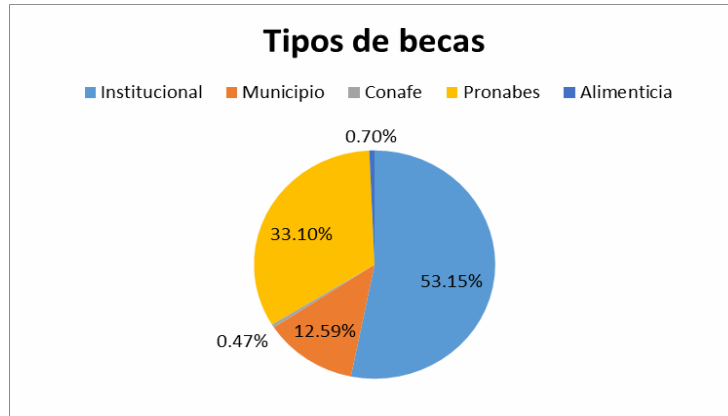
Por estar geográficamente ubicada la Universidad en Altamira, los alumnos residentes de este municipio, el 73%, pueden estar becados con la beca municipal, la cual consiste en un apoyo económico mensual que va desde los \$750.00 a los \$1,000.00. Para esta beca es necesario que el alumno se someta un estudio socioeconómico y el apoyo es determinado de acuerdo a los resultados, los requisitos para esta beca son que el alumno sea residente de Altamira, la solicite y que acredite todas las asignaturas en un cuatrimestre.

La beca alimenticia es otro apoyo directo de la Universidad Politécnica de Altamira en convenio con el proveedor de la cafetería, este apoyo consiste en un desayuno o una comida dependiendo de la necesidad del alumno, el requisito es solamente que sea apoyado por su tutor y sea solicitado con el rector de la Universidad.

La beca del Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE) se otorga a los alumnos que participaron como figura educativa y que concluyeron su Servicio Social Educativo y además que continúa estudiando su licenciatura en la Universidad Politécnica de Altamira. Este apoyo se denomina Sistema de Estudios a Docentes (SEP, 2011) con el cual el alumno recibe una aportación mensual de \$1019.00 para continuar sus estudios.

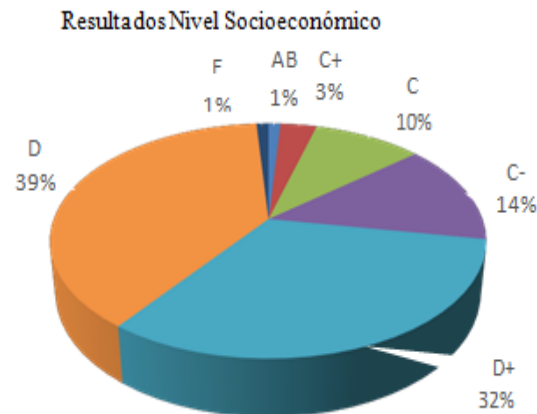
Así, se tiene que el 64.10% de los alumnos del programa educativo de Ingeniería Industrial, tienen algún tipo de beca; institucional, PRONABES, Municipal, CONAFE o alimenticia, como se muestra en el gráfico 6.

Gráfico 3.5 Porcentajes por tipos de becas en la UPALT



c) Nivel Socioeconómico

Como resultado de la muestra objeto de este estudio, se tiene que; el Nivel AB está representado por el 1.07% de los alumnos, el Nivel C, se representa por el 26.69%, el 71.17% de los alumnos pertenecen al Nivel D, mientras que el 1.07% de los alumnos pertenecen al Nivel E. De los resultados obtenidos a nivel nacional (AMAI, 2010), en el estrato que corresponde a ciudades con más de 400,000 habitantes, sabiendo que la población de la zona sur de Tamaulipas comprendida por los municipios de Altamira, Cd. Madero, Tampico, en Tamaulipas y Pánuco y Pueblo Viejo en Veracruz (INEGI, CONAPO, SEDESOL, 2004) es de 859,419 habitantes (INEGI, 2010), se tiene que la media nacional en el NSE AB es de 6.8%, 5.73 puntos porcentuales por encima de los resultados de este estudio. Para el NSE C, se puede observar una media nacional del 48.3%, y los datos recuperados con el instrumento de medición, presentan en este estrato el 26.69%, por lo que también se encuentran por debajo de la media nacional. Mientras tanto el NSE D, comprende a nivel nacional el 37.60%, lo cual demuestra que los alumnos de la universidad están 34.11 puntos porcentuales por encima de la media nacional. Y para el NSE E, cuya media nacional representa el 7.3%, se tiene que solamente el 1.07% de los alumnos se encuentran en esta situación. Con estas comparaciones se concluye que los niveles socioeconómicos de los alumnos de la carrera de Ingeniería Industrial se encuentran en el NSE D. En el gráfico 7 se puede observar la distribución de la muestra entre los NSE.

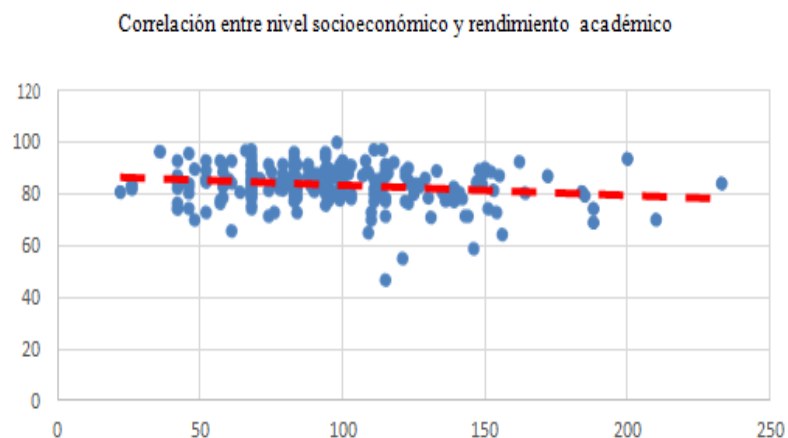
Gráfico 3.6 Distribución de los NSE de la población

Como hallazgos se encontró que el 67.26% de los alumnos cuenta en su casa con una computadora, pero solo el 41.11% tiene acceso a internet. Sin embargo el 96.8% de los alumnos cuentan con al menos una televisión en su hogar, siendo 1.6 televisiones el promedio por alumno de la universidad. El 21.35% de las familias de los alumnos son propietarios de al menos un auto, pero solamente 7.83% de los alumnos lo utilizan.

d) Análisis de correlación

Correlación entre NSE y Rendimiento Académico

Para determinar si el nivel académico de los alumnos de la carrera de Ingeniería Industrial, depende del Nivel Socioeconómico en el que se encuentran, se realizó un análisis de correlación entre dos variables, con un nivel de significancia del 95%, estableciendo el NSE como variable independiente x , y el nivel académico como variable dependiente y . En el gráfico 7 se muestra una tendencia lineal de los datos, por lo cual es factible calcular el coeficiente de correlación de Pearson.

Gráfico 3.7 Correlación entre NSE y Rendimiento académico

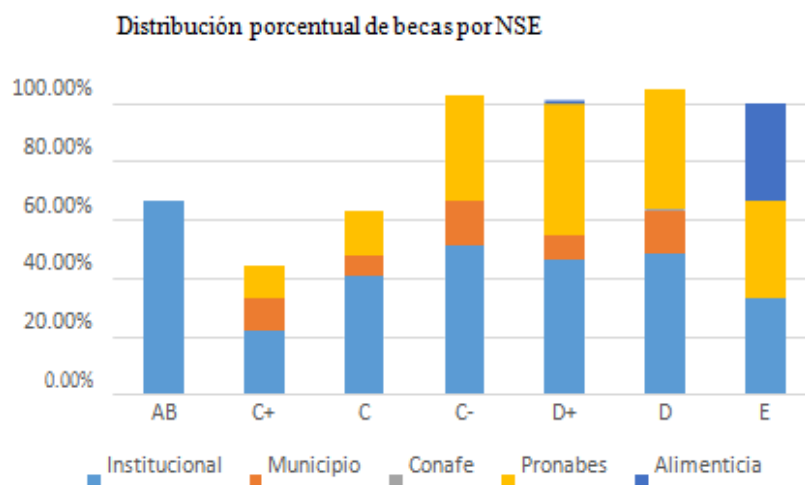
Estos datos se ajustan a una ecuación lineal:

$$= -0.0394 + 87.3827 \quad (3)$$

Una vez realizado el análisis de covarianza, entre las variables NSE y Rendimiento.

Académico, se tiene que el coeficiente de correlación (r_{xy}) obtenido es de -0.19, que expresa un nivel de correlación negativa muy bajo, sin embargo cualquier correlación distinta de cero es efectiva (Lind, 2006). A partir de los resultados presentados se busca determinar la eficiencia del uso de los apoyos otorgados a los alumnos, para ello se realizó un análisis el cual consistió en determinar el tipo de beca por nivel socioeconómico, los resultados se presentan en el gráfico 8.

Gráfico 3.8 Distribución porcentual de becas por Nivel Socioeconómico



3.5 Conclusiones

A través del análisis de los resultados obtenidos, se concluye que existe una relación débil entre las variables estudiadas; NSE y rendimiento académico, lo cual se puede expresar matemáticamente con la ecuación (1). Ésta ecuación permitirá diagnosticar un posible rendimiento académico a partir del NSE para alumnos de nuevo ingreso.

Más del 70% de los alumnos del programa educativo de Ingeniería Industrial de la Universidad Politécnica de Altamira, tienen algún tipo de beca, de éstos el 53% son becas institucionales, éstas como se explicó anteriormente, el requisito es el rendimiento académico. Efectivamente los NSE más bajos son los que tienen otorgados becas y que los que poseen becas alimenticias pertenecen al NSE E. También se observa que las becas del NSE AB, todas son institucionales, por que cumplen con el único requisito; el rendimiento académico.

Si se profundiza el estudio de las variables NSE y rendimiento académico, claramente se observa que aquellos alumnos que tienen un NSE más bajo, son poseedores de los mejores rendimientos académicos, cuestión que puede asociarse con el deseo de superación, compromiso, responsabilidad y cumplimiento académico de calidad a pesar de las carencias económicas.

Algunos factores que pueden afectar el rendimiento académico de los alumnos es el acceso limitado a computadoras e internet. Se observa en términos generales que el NSE de los alumnos de Ingeniería Industrial de la UPALT, se encuentra por debajo de la media nacional. Pero también que tiene un porcentaje muy alto de becas otorgadas.

3.6 Referencias

Alves, Elizabeth y Acevedo, Rosa (1999). La evaluación cuantitativa. Venezuela: Ediciones Cerimed, Valencia.

Anna Candreva, Sandra Susacasa. (2009). Diseño curricular por competencias. Revista educación médica permanente, 1(2): 11-25. ISSN 1852-8376. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10915/8523>.

Barrientos, J. y Gaviria, A. (2001). Determinantes de la calidad de la educación en Colombia.

Archivos de economía, DNP, No 159. Recuperado el 10 de febrero de 2010 de: http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Portals/0/archivos/documentos/DEE/Archivos_Economia/159.PDF

Betancur, G. E. (2000). No aprender: una rebeldía con causa. En: Recopilación de ponencias realizadas en el seminario –taller del Instituto Jorge Robledo. Revista ¿Adolescencia o adolescencias? Medellín, pp. 87-105.

Caso-Niebla, J., & Hernández-Guzmán, L. (2007). Variables que inciden en el rendimiento académico de adolescentes mexicanos. Revista latinoamericana de psicología, 39(3).

Coleman, J. et al, (1966), Equality of educational opportunity. Washintong, D.C. Government Printing Office.

Contreras, F., Espinosa, J. C., Esguerra, G., Haikal, A., Polanía, A., & Rodríguez, A. (2005).

Autoeficacia, ansiedad y rendimiento académico en adolescentes. Diversitas, 1(2), 183-194.

Costa, J. L. C., Martínez, L. N., & Maicas, G. S. (1996). Un modelo estructural del rendimiento académico en matemáticas en la educación secundaria. Revista de psicología general y aplicada: Revista de la Federación Española de Asociaciones de Psicología, 49(1), 27-43.

Covadonga. R. de Miguel (2001). Factores familiares vinculados al bajo rendimiento. Revista complutense de educación, 12(1), 81.

Díaz R. F. (1995). La Predicción del Rendimiento Académico en la Universidad: Un ejemplo de aplicación de la regresión múltiple. Anuario Interuniversitario de Didáctica, Universidad de Salamanca, N. 13, pp. 43-62.

Douglas A. Lind, William G. Marchal, Robert D. Mason. (2006). Estadística para administración y economía, 11ª. Edición. Editorial Alfabomega.

Espinoza, E. (2006). Impacto del maltrato escolar en el rendimiento académico. Electronic journal of research in educational psychology, 4(9), 221-238.

Garbanzo, G. M. (2013). Factores asociados al rendimiento académico en estudiantes

universitarios desde el nivel socioeconómico: Un estudio en la Universidad de Costa Rica. *Revista Electrónica Educare*, 17(3), 57-87. Recuperado de <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/EDUCARE/issue/curren>

García Bocaranda, Blanca (2000). Detecte a tiempo el bajo rendimiento académico. Caracs, junio. <http://www.muieresdeltercermilenio.hpg.ig.com.br/rendimientoacademico.htm>

García Jiménez, M. V., Alvarado Izquierdo, J. M., & Jiménez Blanco, A. (2000). La predicción del rendimiento académico: regresión lineal versus regresión logística. *Psicothema*, 12(Suplemento), 248-252.

García, M.M., y San Segundo, M. J. (2001). El rendimiento académico en el primer curso universitario. *X Jornadas de la Asociación de Economía de la Educación*, pp. 435- 445.

González, C. Lesbia. (2005). Perfil de valores en estudiantes de arquitectura, *Omnia*, vol. 11, núm. 2, mayo-agosto, pp. 130-143, Universidad del Zulia Venezuela. *Revista Omnia*, ISSN (Versión impresa): 1315-8856. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73711207>.

Jiménez, M. (2000). Competencia social: intervención preventiva en la escuela. *Infancia y Sociedad*. 24, pp. 21-48.

Lizasoain, L., Joaristi, L., Lukas, J. F., & Santiago, K. (2007). Efectos Contextuales del Nivel Socioeconómico sobre el Rendimiento Académico en la Educación Secundaria Obligatoria en la Comunidad Autónoma Vasca (España). *Estudio Diferencial del Nivel Socioeconómico... Education Policy Analysis Archives*, 15(8).

Maslow, A. (1991). *Motivación y Personalidad*. Recuperado de http://books.google.com.mx/books/about/Motivaci%C3%B3n_y_personalidad.html?id=8wPdJ2Jzqg0C el 31 de Mayo de 2014.

Mella, O., y Ortiz, I. (1999). Rendimiento Escolar. Influencias diferenciales de factores externos. *Revista latinoamericana de estudios educativos*, Vol. XXIX, Núm. 1, pp. 69-92.

Mella, O., y Ortiz, I. (1999). Rendimiento Escolar. Influencias diferenciales de factores externos. *Revista latinoamericana de estudios educativos*, Vol. XXIX, Núm. 1, pp. 69-92.

Montes, Isabel y Lerner Jeannette (2010). Rendimiento Académico de los estudiantes de pregrado de la Universidad EAFIT, Perspectiva cuantitativa.

Morales A.L. (1999). El entorno familiar y el rendimiento escolar. Andalucía: Consejería de Educación y Ciencia.

Nuñez, E. (1997). *Las letras de Francia y el Perú: Apuntaciones de literatura comparada*.

Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Oles, Piotr K., Hermans, Hubert J. M, (2010), Allport-Vernon Study of values. *The Corsini Encyclopedia of Psychology*. John Wiley & Sons, Inc. ISBN: 9780470479216.

Porto A., Di Gresia L. y López M (2004). Mecanismos de admisión a la Universidad y rendimiento de los estudiantes. Recuperado 2 de febrero de 2010 en: <http://www.aaep.org.ar/espa/anales/resumen04/04/Porto-DiGresia-Armengol.pdf>

Reyes Ladislao, S. (2001, junio 4). El Bajo Rendimiento Académico de los Estudiantes Universitarios. Una aproximación a sus causas||, Recuperado (19/01/2010) de: <http://www.ufg.edu.sv/ufg/theorethikos/Junio04/ebr.html>

Romano, Ester. (2007). Hacer Lugar al Deseo de Saber. Recuperado (03/03/2010) de: <http://www.elpsitio.com.ar/Noticias/NoticiaMuestra.asp?Id=1374>

Rosales, Susset (2006) Influencia de variables socio-económicas en el proceso educativo.

Cuba Siglo XXI. Número LXXII - Diciembre 2006

Santín González, Daniel (2001) Influencia de los factores socioeconómicos en el rendimiento escolar internacional: hacia la igualdad de oportunidades educativas. Documentos de Trabajo de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid. Volumen: 2001 Número: 01

Secretaría de Educación Pública. (2011). Reglas de Operación del Programa de educación inicial y básica para la población rural e indígena. Publicado en DOF, el 28 de diciembre de 2011.

Tonconi Quispe, J. (2010). Factores que Influyen en el Rendimiento Académico y la Deserción de los Estudiantes de la Facultad de Ingeniería Económica de la UNA- Puno (Perú). Cuadernos de Educación y Desarrollo, vol 2, N1, enero. Universidad de Guadalajara, Los Lagos, Jalisco, México, pp. 45.

Tylor, Edward B. (1871). The Origins of culture, Harper Torchbooks, New York, 1958, 1.

Valdivieso, M., Monar, K. y Granda, M. (2004). Análisis de los determinantes del rendimiento de los estudiantes de ESPOL – 2002. Revista Tecnológica, 17(1), 213- 218.

Valenzuela, J., Schiefelbein, E., et al. (1994). Factores que Afectan el Rendimiento Académico en la Educación Primaria (Revisión de la Literatura de América Latina y el Caribe). Recuperado (20/02/ 2010) de: <http://www.oei.es/calidad2/Velezd.PDF>

Vargas, G. M. G. (2007). Factores asociados al rendimiento académico en estudiantes universitarios, una reflexión desde la calidad de la educación superior pública. Revista Educativa, 31(1), 43-63.

Vargas, G. M. G. (2014). Factores asociados al rendimiento académico tomando en cuenta el nivel socioeconómico: Estudio de regresión múltiple en estudiantes universitarios. Revista Electrónica Educare, 18(1), 119-154.

Innovación inclusiva para el crecimiento empresarial en pequeñas empresas

Jovita Neri, Yolanda Cortés, Maribel Quezada, Aarón González y Rafael González

J. Neri, Y. Cortés, M. Quezada, A. González y R. González
Universidad Autónoma de Querétaro
Galena 18, Inf. Pedregoso, San Juan del Río, Querétaro
georginaneri@prodigy.net.mx

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

Research on inclusive innovation presented in this work, taking the case of auto parts manufacturing firms in San Juan del Río. The central questions we seek to answer are how to build inclusive innovation processes? And how institutions influence these processes? The central argument is that the processes of inclusive innovation are based on several elements, including the development of inclusive institutions and their subsequent inclusion processes at different levels. The methodology used in this study is based on qualitative bibliographic documentation strategy, based on the survey, which is intended to explain why inclusive innovation is a process that involves the coordination of various actors in specific contexts in which institutions play a central role in the processes of institutional learning and collaborative innovation of poor people. And this concept can serve small businesses to achieve growth and competitiveness.

4 Introducción

En este trabajo se presenta una investigación referente a la innovación inclusiva, que es un concepto que podría caracterizar mejor las funciones de los distintos actores y los diversos procesos en el desarrollo de productos y nuevas formas de organización y de gestión de la información y el conocimiento. Pero además, se considera que las instituciones formales e informales juegan un papel central en los procesos de aprendizaje e innovación.

Para algunos autores el concepto de sistemas de innovación (Lundvall, 2001; Clark, 1998) es un marco analítico alternativo para explicar los procesos de innovación incorporando la participación-interacción de diversos actores. Para otros autores como Viotti (2004) el concepto de redes de aprendizaje es más pertinente para explicar esos procesos.

En este sentido, el objetivo de este trabajo es explicar que la innovación inclusiva es un proceso que involucra la coordinación de diversos actores en contextos específicos, en el cual las instituciones juegan un papel central en los procesos de aprendizaje e innovación colaborativa de la población de escasos recursos. Las preguntas centrales que se tratan de responder son ¿cómo construir procesos de innovación inclusiva? y ¿cómo influyen las instituciones en esos procesos? El argumento central es que los procesos de innovación inclusiva están en función de varios elementos, entre ellos el desarrollo de instituciones inclusivas y sus subsecuentes procesos de inclusión en diferentes niveles. La metodología que se desarrolló es cualitativa basada en la estrategia de documentación bibliográfica.

Existe una discusión de los modos de producción, distribución y comercialización bajo un modelo económico vigente que ha favorecido la asignación de beneficios para una pequeña proporción de la población. Bajo el postulado de libre mercado y maximización de beneficios y utilidad económicos, se asignan los recursos y se organizan los modos de producción y distribución, pero este postulado no tiene como propósito mostrar los efectos sociales y tampoco da lugar a otras variedades de reasignación, producción y distribución.

En los países latinoamericanos, como México, la pobreza y la marginación han aumentado, la mala distribución del ingreso se acentúa y con ellos los problemas sociales y económicos. Aunque esto mismo se refleja en un cambio y mejora sustancial en las organizaciones y las regiones. Sin embargo, este paradigma no considera otras alternativas de distribución y adopción de las innovaciones distintas de las que pregonan de manera predominante una variedad de capitalismo vigente. Sin embargo, a la luz de los efectos mostrados por esa variedad de capitalismo sobre la mayoría de la población, han emergido distintos marcos analíticos que intentan explicar los procesos por los cuales esos efectos ocurren y proponer modelos alternativos de crecimiento y desarrollo.

Sumado a esto, la innovación ha sido considerada por muchos actores como un proceso lineal entre la investigación, desarrollo, difusión y adopción (Hall, 2012), un fin en sí mismo. Se discute el concepto de innovación inclusiva y las categorías principales del mismo. Se explica el papel de las instituciones y la importancia de las instituciones inclusivas para países en desarrollo. Se resumen algunas de las recomendaciones de política para fomentar la innovación inclusiva en países en desarrollo. Finalmente, se presentan las conclusiones.

4.1 Innovación inclusiva

Según George, (2012), la innovación inclusiva puede ser un proceso y al mismo tiempo un resultado, esto implica que el concepto de innovación inclusiva hace referencia a distintos sub procesos tales como el aprendizaje, la coordinación y colaboración, la acumulación de capacidades, entre otras. Pero también expresa como resultados un aumento en los niveles de bienestar y calidad de vida (como se postula en las teorías del desarrollo) y no sólo una mejora de los niveles de ingreso y empleo (como se postula en las teorías neoclásica del crecimiento).

Se han hecho avances importantes sobre el tema, construyendo propuestas de modelos analíticos o emitiendo recomendaciones para el rediseño de las políticas de innovación. Por ejemplo, con respecto al primer tipo de propuestas, Guth (2005) propone elementos para un modelo de innovación inclusiva con una visión sistémica de la innovación, incorporando categorías analíticas como el aprendizaje, la interacción, la confianza y el capital social, en un contexto de innovación y polarización a nivel territorial. Con respecto a las propuestas de política, Bortagaray and Ordonez-Maramoros, (2012) plantean que las políticas tradicionales de innovación necesitan ser más amplias para dar cauce a las políticas de innovación inclusiva. Foster y Heeks (2013) argumentan que la formulación de políticas deben tener un rol significativo en la configuración y apoyo a los sistemas de innovación inclusiva y construirse sobre tres estados de análisis: considerando los facilitadores clave en la innovación inclusiva, diseñando las políticas para estos facilitadores y la implementación de esas políticas. Pero, según los autores, aún hay poca claridad y evidencia de los vínculos entre la política y la innovación inclusiva.

Esta discusión sobre el desarrollo aunque no ha desaparecido tiene varios años de insensibilidad en la agenda académica, por lo menos en gran parte de América Latina. Ahora bien, partiendo de la premisa de que la innovación no es un fin en sí misma sino una serie de procesos que implican la creación de conocimiento y su gestión, aprendizaje tecnológico, organizacional e institucional, así como modos de coordinación institucional entre varios actores para mejorar las condiciones de bienestar de la población de menores de ingresos, se pueden formular varias implicaciones analíticas y conceptuales.

El concepto de innovación comúnmente aceptado por la comunidad académica se refiere a la introducción de nuevos (o significativamente mejorados) productos o procesos en las prácticas de la organización económica, lo cual implica la creación de nuevo conocimiento tecnológico y en consecuencia el diseño y desarrollo de productos, procesos y servicios basados tradicionalmente en actividades de I+D en un contexto de maximización de beneficios económicos. Pero el concepto de innovación inclusiva debe hacer referencia también a la adaptación y creación de productos y procesos para las prácticas de organizaciones no lucrativas (como ONG, agencias de gobierno, comunidades ejidales, entre otras) y a la recreación y uso de cúmulos de información y conocimiento tradicionales existentes, por ejemplo, en las comunidades indígenas o rurales con una estructura de gobernanza basada en usos y costumbres (medicina y prácticas productivas tradicionales).

Existe una gran variedad de comunidades y organizaciones rurales e indígenas, en su idiosincrasia, cultura, normas, leyes y prácticas productivas y de intercambio basadas en usos y costumbres. Ellas mismas pueden diseñar y desarrollar productos ajustados a sus necesidades, o bien esperar a que las organizaciones económicas convencionales se acerquen a ellos y les diseñen y desarrollen esos productos y procesos. Si sucede lo último, las empresas necesitan comprender y absorber cuidadosamente la información y conocimiento de esas comunidades u organizaciones para transformarlas en nuevos productos. Pero esto se complica cuando lo que está de por medio son cúmulos de conocimiento tradicional, arraigados en un marco institucional que depende de las normas, leyes, usos y costumbres locales y que se construye con cimientos de confianza y reciprocidad. ¿Cómo transformar esto en nuevos productos comerciales?

Varios autores coinciden en que este concepto implica pensar en productos y servicios que beneficien social y económicamente a la población pobre. George, (2012), define a la innovación inclusiva como el desarrollo e implementación de nuevas ideas para crear oportunidades que eleven el bienestar social y económico de la población privada de sus derechos. Cuando se refieren a esta población, es la población ubicada en la base de la pirámide (Prahalad, 2005), es decir, a la población en situación de pobreza.

Lo anterior demanda pensar en unidades de análisis distintas. En la literatura sobre economía de la innovación se hace un gran énfasis a la organización económica, maximizadora de beneficios, como la unidad principal de análisis, sin embargo, bajo una concepción inclusiva otras organizaciones como las ONG, comunidades, agencias de estado, grupos y la unidad familiar buscan obtener un mayor beneficio social bajo una racionalidad distinta a la de la empresa. En este sentido, es urgente pensar en el objeto de estudio como aquel que incluya actores con carencia de recursos. Esto es aquella población privada de sus derechos. De tal forma que la población y las organizaciones objeto de estudio deberían ser aquellos que tienen carencia de recursos tanto económicos, como políticos, de capacidades y cognitivos.

En esta reconceptualización está presente una nueva direccionalidad e intencionalidad configuradas por la complementariedad entre el conocimiento existente en otros contextos y el conocimiento tradicional, para el diseño y desarrollo de productos y procesos adaptados a las necesidades contextuales de estas organizaciones. Pero, ¿cómo incluir a estos actores en los procesos de innovación y cómo hacerlos beneficiarios directos de los efectos de la innovación? Esto depende del tipo de innovación que se realice. Cozzens y Sutz (2012) argumentan que la innovación puede ser realizada por dos canales: como un proceso de inclusividad en los productos o como un proceso de inclusividad en los procesos.

El primero implica desarrollo, producción y distribución de productos adaptados a las necesidades de los pobres y el segundo involucra a la población pobre en el diseño y desarrollo de productos y procesos.

De estas dos formas de innovación, la primera es más o menos común. Foster y Heeks (2013) documentaron el caso de la telefonía móvil adaptada a las necesidades reales de la población en Kenia. Encontraron que los intermediarios juegan un papel importante en la interpretación de necesidades reales y en la configuración de canales de distribución adecuados a las condiciones socio-técnicas de la región.

Uno de los mecanismos de aprendizaje más importantes fue la adaptación de productos ya existentes (y producidos para mercado en masa) a través de la re-ingeniería.

La segunda forma de innovación es menos común y su complejidad es mayor. Por un lado, la innovación orientada desde la demanda implica conocer todas las variables microeconómicas que no es fácil de detectar con estudios de mercado convencionales.

Por lo tanto, pensar en la innovación inclusiva es hacer referencia a distintos modelos de innovación basados en la re-creación de conocimiento tradicional, en la combinación de dinámicas, en procesos de aprendizaje arraigados a estructuras institucionales locales, y en efectos esperados bajo una lógica social y no sólo maximizadora.

En este sentido, es pertinente analizar los microfundamentos de la innovación y de los sistemas de innovación inclusiva.

En suma, desde una perspectiva de la economía y sociología evolutiva implica pensar en una redefinición del concepto de innovación que incluya un modelo basado en redes en donde se incluyen actores políticos, económicos y sociales, arreglos formales e informales, estructuras de autoridad y poder e incentivos.

Al mismo tiempo, implica pensar desde una perspectiva de la economía y sociología institucional el papel de los derechos de propiedad, las normas y reglas formales e informales, la construcción de nuevos arreglos (políticos, económicos y sociales), la gobernanza, etc., de tal manera que nos permita entender integralmente nuevos esquemas de reasignación de los activos (tangibles e intangibles) y de beneficios sociales y económicos.

Instituciones extractivas versus instituciones inclusivas

Acemoglu y Robinson (2012) analizaron cómo dos regiones con raíces ancestrales similares que compartieron la misma gastronomía, música y en cierto sentido la misma cultura, pueden trazar rutas distintas de progreso económico, político y social. Estas dos regiones ahora están separadas política, geográfica, económica y socialmente: Nogales, Arizona, en EU, y Nogales, Sonora, en México. Estas regiones tienen pocas diferencias en su geografía, clima o prevalencia de enfermedades, sin embargo, la población del sur vive en condiciones sanitarias inferiores a las del norte. La pregunta es ¿por qué?

Los autores argumentan que los habitantes que tienen acceso a las instituciones económicas en el norte, tiene mejores oportunidades de elección de un empleo, escolaridad y habilidades, e invertir en la mejor tecnología y por tanto obtener mejores salarios. También tienen acceso a instituciones políticas que permite a sus habitantes participar en el proceso democrático eligiendo a sus representantes y reemplazándolos si no cumplen o se rompen las reglas; de tal forma que, los políticos proveen los servicios básicos (infraestructura, salud, leyes, seguridad, etc.) que los ciudadanos demandan. Pero los habitantes de Nogales, Sonora, viven en un entorno completamente distinto, configurado por instituciones diferentes, las cuales crean estructuras de incentivos distintos para sus habitantes, emprendedores e inversionistas. La historia (particularmente el periodo colonial) influye en la configuración de instituciones como reglas que gobiernan el comportamiento económico y político de esas sociedades. La tesis de estos autores es que el crecimiento sostenido es mucho más probable bajo instituciones inclusivas que con instituciones extractivas.

Siguiendo a estos autores, las instituciones inclusivas pueden ser económicas y políticas. Las primeras aseguran los derechos de propiedad, la ley y el orden, regulan los mercados, protegen los contratos, permiten relativamente la libre entrada de nuevos jugadores económicos, permiten el acceso a la educación y oportunidades para la gran mayoría de los ciudadanos. Las segundas permiten una amplia participación plural pero al mismo tiempo ejercen restricciones y controles sobre los políticos.

Las instituciones extractivas económicas serían aquellas, para el primer caso, que no aseguran los derechos de propiedad, impiden el funcionamiento de los mercados e imponen marcos diferenciados de juego para los actores; las instituciones extractivas políticas serían aquellas que fomentan la concentración del poder político en pocas manos, sin restricciones y controles del estado de derecho. En este esquema, los arreglos institucionales (económicos, políticos y sociales) son la categoría importante, implican la construcción de lazos de confianza y reciprocidad bajo contextos diferenciados, muchos de estos contextos (para el caso mexicano) basado en usos y costumbres. Esto implica que las prácticas locales (producción, intercambio, consumo) están arraigadas en un tipo de conocimiento tradicional y que en muchos casos permanece aún tácito.

Las instituciones inclusivas fomentan la inversión (debido a derechos de propiedad fuertes), en nueva tecnología y fomentan los procesos de “destrucción creativa”, permiten un aprovechamiento del poder de mercado (mejor asignación de recursos, entrada de empresas más eficientes, financiamiento para la creación de negocios), y una participación ampliada (educación, derechos de propiedad de base ampliada) (Acemoglu y Robinson, 2012).

Siguiendo a estos autores, prevalecen las instituciones extractivas, que, aunque también permiten el crecimiento (pero no sostenido) pues generan producto y recursos que extraer, los recursos se distribuyen hacia las actividades de alta productividad controladas por las élites económicas, y sólo cuando éstas se sienten seguras en su posición permiten la emergencia de instituciones económicas relativamente inclusivas pero bajo su control.

Según Guth (2005), los efectos de la innovación pueden traducirse en un aumento del ingreso, del empleo, de la productividad, del crecimiento económico, pero también de los costos y todo esto se distribuye de manera desigual entre los actores.

De tal manera que este tipo de instituciones inhiben el aprendizaje institucional, la cooperación y coordinación en los procesos de intercambio de conocimiento y “el desarrollo de una visión de conjunto”.

Las instituciones se desarrollan para cambiar las condiciones económicas y sociales, y viceversa.

Las tecnologías, las estructuras industriales y las instituciones de apoyo coevolucionan (Nelson, 2002). Según Altenburg (2009), esto explica porque el conocimiento tecnológico está profundamente arraigado en instituciones específicas de las sociedades, su contenido y disponibilidad varía entre las sociedades, aún cuando la dotación de factores sea similar.

¿Sobre esta diversidad, cómo construir políticas generales e implementar procesos de innovación inclusiva? Guth, (2005) menciona que es necesario un cierto nivel de cohesión social y económica. ¿Cómo generar esa cohesión? Una respuesta concreta es con la construcción de instituciones inclusivas.

En la innovación y, concretamente, en las oportunidades que se ofrecen a los pobres, influyen fundamentalmente las interacciones de las instituciones políticas, sociales y culturales formales y no formales con las instituciones económicas.

Ello se desprende del reconocimiento de que unas mismas instituciones formales dan lugar a diferentes resultados en distintos contextos y de que se puede alcanzar resultados positivos equiparables con distintas disposiciones institucionales (Rodrik, et al., 2002).

Tabla 4 Instituciones extractivas vs instituciones inclusivas

Categoría	Inclusivas	Extractivas
Derechos de propiedad	Se aseguran	No asegurados
Mercados	Regulados, libre entrada de nuevos jugadores	Impiden su funcionamiento. Marcos diferenciados de juego para los actores
Inversión	Fomento y protección de contratos	Costos de transacción altos
Participación política	Ampliada y plural, se ejercen restricciones y controles sobre los políticos	Concentración del poder político en pocas manos
Ley y orden	Asegurados + -	No asegurados
Innovación	Fomento de los procesos de “destrucción creativa”	Inhibe el aprendizaje institucional, la cooperación y coordinación en los procesos de intercambio de conocimiento y el desarrollo de una visión de conjunto.

Fuente: Rodrick, 2000; Ayala, 2001; Berdegú, 2005; Acemoglu y Robinson 2012

Cambio institucional para la innovación inclusiva

Varios autores coinciden en que las instituciones son el marco en cuyo interior ocurren las interacciones o modos de coordinación y reducen la incertidumbre al proporcionar estructuras de interacción. Si bien el concepto de instituciones se ha ampliado en las últimas décadas, la perspectiva teórica de cambio institucional (CI) ha tratado de explicar tanto los procesos de su creación como de cambio y co-evolución en distintos niveles. A la luz de ésta perspectiva las instituciones son consideradas endógenas y en co-evolución.

Los modos de coordinación entre los diferentes actores establecen las instituciones para asegurar los beneficios mediante la formación de diferentes configuraciones que facilitan las relaciones de complementariedad y de coordinación entre las instituciones, así como también la emergencia de nuevas formas de auto-coordinación (Ayala, 2001). Ante un entorno socio-económico complejo, dinámico y en constante cambio tecnológico, una de las preguntas actuales es cómo cambian las instituciones inmersas en ese entorno y cómo éste recrea y fomenta la creación de nuevos modos de coordinación y nuevas instituciones.

Si bien una parte del análisis económico ha sido evolutivo e institucional, ni la tecnología ni las instituciones se incorporaron endógenamente o formalmente en los axiomas explicativos de la maximización en la teoría económica neoclásica. En todos los procesos de innovación es necesaria la cooperación entre los actores y debe estar arraigada en instituciones que ayudan a fomentar la confianza (Berdegue, 2005).

La innovación inclusiva requiere cambios institucionales a diferentes niveles para favorecer los procesos de innovación. En la medida en que las sociedades presenten desigualdades tanto económicas como políticas y sociales, como argumenta Berdegue (2005), los derechos de propiedad son sesgados (por ejemplo, los pobres no tienen acceso a tierras o créditos), la estratificación social bloquea la formación de redes sociales, y la corrupción y represión política aumentan los riesgos y costos de innovación.

Este es un elemento central que no es considerado en la literatura sobre innovación. Las instituciones formales importan en la configuración del comportamiento innovativo. Pero también importan las instituciones informales como las normas informales, las formas cognitivas para hacer las cosas, los valores culturales (Foster y Heeks, 2013).

Algunos autores han evidenciado las diferencias de los sistemas de innovación entre los países en desarrollo y los países desarrollados por varias razones. Por un lado, Altenburg (2009) argumenta que en los países en desarrollo los productos se desarrollan para necesidades diferentes, se construyen sobre estructuras institucionales que tienden a ser menos formalizadas, las reglas son menos “cumplidas” o ejecutadas, y los actores y los incentivos que determinan su comportamiento son muy distintos.

Las instituciones informales basadas en la confianza y reciprocidad pueden sustituir parcialmente las reglas económicas amplias y obligadas. Estos elementos están presentes en todas las organizaciones en distintos grados, pero son más reforzados en organizaciones o comunidades donde las relaciones de intercambio están sustentadas en la cooperación.

En este sentido, son necesarias las perspectivas neo-institucionalistas para entender mejor cómo las instituciones interactúan con los sistemas de innovación y cómo éstos deberían ser configurados para mejorar el aprendizaje tecnológico (Altenburg, 2009) e institucional y lograr mejores niveles de bienestar individual y colectivo.

Políticas de intervención participativa para la innovación inclusiva con instituciones inclusivas

Los países en desarrollo se caracterizan por tener ingresos promedio bajos, crecimiento poco sostenido y baja productividad y competitividad, lo cual limita su capacidad para desarrollar nuevas tecnologías. Con ingresos medios bajos y niveles de pobreza y marginación elevados la distribución de recursos públicos se realiza bajo una lógica de desarrollo social (como ocurre en México, Brasil, Argentina). Altenburg (2009) argumenta que en varios países en desarrollo se ha incrementado el gasto social (como parte de una política social ante la falta de una política industrial) y la inversión en infraestructura básica, pero se reduce la inversión en programa de innovación que están menos relacionados directamente a la reducción de la pobreza.

Según este autor, esto podría explicar en buena parte porque los países en desarrollo tienen una proporción de gasto en I+D baja con respecto al PIB. El punto es cómo redireccionar estos recursos escasos a la innovación (por ejemplo I+D en agro, agua, salud) y crear condiciones de vida sostenibles e incrementar el ingreso de los pobres; esto implica adaptación tecnológica (y una nueva intencionalidad de los cúmulos de conocimiento ya existentes, tanto tradicionales como no tradicionales).

Hall et al. (2012) argumentan que las políticas que preservan y promueven los recursos locales (historia, artesanías locales, gastronomía, etc.) tienen una probabilidad mayor de lograr resultados productivos e incrementar la inclusión social. Esto es cierto cuando los emprendedores locales tienen oportunidades dentro de las cadenas de valor industriales, especialmente si estas oportunidades recurren a las innovaciones locales.

Bortagaray and Ordonez-Maramoros, (2012) plantean que las políticas tradicionales de innovación necesitan ser más amplias para dar cause a las políticas de innovación inclusiva. Foster y Heeks (2013) argumentan que la formulación de políticas deben tener un rol significativo en la configuración y apoyo a los sistemas de innovación inclusiva y construirse sobre tres estados de análisis: considerando los facilitadores clave en la innovación inclusiva, diseñando las políticas para estos facilitadores y la implementación de esas políticas. Pero, según los autores, aún hay poca claridad y evidencia de los vínculos entre la política y la innovación inclusiva y otros como George, et al. (2012) consideran que las políticas top-down han sido fallidas.

En este sentido, es importante analizar los microfundamentos de la innovación inclusiva, los cuales están basados en los modos de coordinación. La literatura sobre economía de la innovación ha evolucionado en los últimos años y ha tratado de incorporar de manera explícita en su análisis a las instituciones para explicar los procesos de innovación, Hollingsworth, 2006; Hage, 2006; Nelson y Sampat, 2001).

La economía institucional y en particular la perspectiva de cambio institucional (CI) consideran categorías de análisis que han sido profundamente desarrolladas en la economía evolutiva para explicar el rol de las instituciones y su influencia en los procesos de interacción y en el comportamiento de los actores. En este sentido, los patrones de comportamiento se conciben en términos conductuales pues se explican a través de procesos de razonamiento, inducción y aprendizaje tanto individual como colectivo enmarcados en hábitos, normas, reglas, valores y rutinas. En este proceso conductual el conocimiento y el aprendizaje son conceptos centrales en la explicación de la recreación de nuevo conocimiento.

4.2 Materiales y Métodos

Se realizará una investigación de tipo documental y de campo cualitativa, en una muestra de empresas pequeñas del sector autopartes en San Juan del Río. Se utilizará la encuesta, siempre en función de un cuestionario, siendo éste por tanto, el documento básico para obtener la información en la gran mayoría de las investigaciones y estudios de mercado.

Se realizará un estudio transversal ya que se realizará en un momento determinado, y su principal objetivo es estudiar el fenómeno en ese momento. El interés se centra en estudiar el fenómeno en el presente.

4.3 Resultados y Discusión

La mayor parte de las innovaciones que se realizan en las empresas son de mejora continua. Ideas aplicadas que permiten mejorar procesos, reducir costos, modificar el modelo de negocios, reordenar las estructuras organizacionales, etcétera. Por lo mismo, el primer principio de lo que se llama innovación inclusiva apunta a que la innovación es mucho más que generar productos disruptivos o tecnológicos: la innovación es creatividad que genera valor.

El modelo de Innovación Inclusiva, considera dos principios fundamentales: i) La innovación es más que tecnología y puede darse tanto en nuevos productos/servicios, como en mejora de procesos, modelos de negocios y marketing, y cambios organizacionales; y ii) la innovación no es sólo para personas brillantes, sino que es un proceso colectivo que involucra a todos los trabajadores, especialmente a operarios y mandos medios.

Que la gente pueda desarrollar ese potencial creativo es esencial y para ello necesita tanto una transformación del sistema educacional como de los entornos de trabajo en el que se desempeña a diario. Reconocer que las mejoras ideas no vienen usualmente de los altos cargos y que concentrar la creatividad en un grupo no es una estrategia sustentable en el mediano plazo, es el desafío para las empresas.

Caso de estudio en Querétaro

El estado de Querétaro cuenta con una superficie de 11,699 km². Se localiza en el centro del país. El clima es de carácter seco y semi seco principalmente, con una temperatura media anual de 18 grados centígrados, y una precipitación total anual promedio de 570 mm. Tiene una población total de 1,827,937 personas, de las cuales el 51.5% son mujeres y el 48.5% hombres, según el Censo de Población y Vivienda 2010. El 70% de la población se encuentra en áreas urbanas.

En lo que respecta al nivel educativo, en el periodo 2012-2013 tuvo un grado promedio de escolaridad de 9.2 por encima del promedio nacional que es de 8.9, y un bajo índice de analfabetismo (5.5%) en comparación con el total nacional (6.1%)¹

El Parque Tecnológico Innovación Querétaro (PTIQ) está localizado en uno de los tres corredores industriales más importantes del Estado de Querétaro. En este corredor se encuentran el Parque Industrial Bernardo Quintana, Parque Industrial el Marques, El Tepeyac, entre otros. Muchas compañías de carácter internacional se han establecido en esta área, ya que se encuentra a menos de 2 km de la Carretera México-Querétaro (57), 15 minutos del Centro de Querétaro y 2 horas de la Ciudad de México.

Características Generales: 70 Hectáreas (173 acres) de lotes disponibles para venta. El plan maestro incluye la venta de 50 lotes. Localización estratégica cerca de las principales carreteras y del Aeropuerto Intercontinental de Querétaro. Ubicación preferida de Compañías Multinacionales. Amplios espacios de maniobra. Vigilancia las 24 horas del día. Extensivas áreas verdes en todo el desarrollo.

Objetivos: Satisfacer la demanda de los desarrollos Clase-A en la zona, ofreciendo el mejor Parque Industrial del Estado. Preservar el medio ambiente y reducir la contaminación en la tierra. Dar continuidad al plan del Gobierno del Estado en el desarrollo.

La ciudad: Querétaro es "el cruce de México", donde convergen las carreteras (57 y 45) y crean un medio de transporte natural y centro de distribución. El estado cuenta con una base de mano de obra altamente calificada, debido en gran parte a los incentivos fiscales atractivos que se ofrece a las empresas a cambio de establecer una presencia en la zona. Estas empresas son principalmente de metal-mecánica, papel-cartón, eléctricos, del hogar, productos químicos aeroespacial, automotriz y en la naturaleza. Querétaro ha experimentado un importante crecimiento industrial los últimos diez años, con el establecimiento de empresas como Bombardier, Daewoo, Kellogg's, Michelin, Samsung y Siemens. Con los años, Querétaro se ha ganado a pulso la reputación de ser el mejor estado industrial en México.

Infraestructura: Red contra incendios. Subestación eléctrica. Todos los servicios: electricidad, agua, drenaje sanitario son subterráneos. Red de gas natural. Planta de tratamiento de agua (3,9 litros/segundo en la etapa inicial, 15,6 litros/segundo en la etapa final). Drenaje pluvial

Querétaro trabaja en ID+I

De acuerdo al ranking que elabora el Foro Consultivo Científico y Tecnológico, el estado de Querétaro ocupa el primer lugar nacional en infraestructura empresarial, el segundo en productividad innovadora, el tercero en invención en ciencia, tecnología e innovación, y ostenta la séptima posición en el índice de potencial de innovación.

Por esta razón se eligió a Querétaro como sede del XXV Congreso de la Asociación Mexicana de Directivos de la Investigación Aplicada y el Desarrollo Tecnológico (Adiat). "El estado es referente nacional por sus buenas políticas y prácticas relacionadas con la competitividad y la innovación", puntualizó el maestro Gerardo J. Ferrando Bravo, presidente de la Asociación durante el acto inaugural.

Querétaro agrupa 13 parques industriales en donde se establecen 566 empresas nacionales y extranjeras que generan 6 mil 188 empleos. De la misma forma, dentro de la entidad se cuenta con 12 incubadoras, seis de negocios tradicionales, cinco de tecnología intermedia y una de alta tecnología; según el Sistema de Información Empresarial Mexicano, la entidad agrupa el 7.10 por ciento (en 2010) del total de las empresas registradas en este sistema a nivel nacional.²

Adiat también reconoció a la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ) por su labor en la promoción de la ciencia y la innovación tecnológica, así como por el desarrollo de sus áreas de investigación, méritos de vinculación y por extender sus actividades hacia las zonas de la Sierra Gorda y diversos municipios, para impartir educación en toda la entidad.

El premio lo recibió el doctor Gilberto Herrera Ruiz, rector de esta casa de estudios, la cual creó en 2012 dos fondos para favorecer la innovación y creatividad de los jóvenes: el fondo especial de Rectoría, en el que se invirtieron 2.5 millones de pesos, y el fondo a la investigación, en el cual se invirtieron 10 millones de pesos. Querétaro cuenta con un programa de estímulos a la innovación, cuyos montos llegan a los 40 millones de pesos anuales y que destina Conacyt a proyectos que impulsan a las empresas que quieran desarrollarse en conjunto con los centros de investigación.

Existen dos modalidades en las que los Negocios Inclusivos proponen vincular a las poblaciones de bajos ingresos con las empresas: Cuando la empresa incorpora a las personas de bajos ingresos como socios empresariales, como proveedores de materia prima o de servicios o como distribuidores. Al incluir empresarios a pequeña escala en su cadena de valor las empresas les generan mayores ingresos, crean empleo y aceleran la transferencia de habilidades. Como consumidores cuando la empresa pone en el mercado productos y servicios que satisfacen las necesidades de las personas de bajos ingresos en condiciones accesibles para ellas.

Algunos ejemplos son: facilitación de acceso a fuentes de financiación pública, desarrollo de proyectos de infraestructura que contribuyen al éxito del negocio, simplificación de procesos administrativos. Muchos gobiernos (nacionales y subnacionales) cuentan con recursos que pueden apalancar la inversión privada, especialmente cuando esta demuestra un impacto social y económico en el territorio. De esta manera, los gobiernos pueden tener un papel importante en llevar a escala los beneficios de los Negocios Inclusivos para la población y para la empresa.

Considerando la situación ya expuesta de Querétaro, se realizaron encuestas a una muestra de 16 empresarios específicamente del sector manufacturero de autopartes, en San Juan del Río, el 2° municipio en importancia del estado, para detectar en qué medida se podía hablar de innovación inclusiva en sus empresas y como era el sentir en relación al apoyo por parte del gobierno en cuanto a políticas inclusivas, las respuestas a las principales preguntas fueron: ¿Qué tan importante es para usted? a) Aportar nuevas ideas y ser creativos las respuestas fueron el 61.9% está de acuerdo. b) Vivir en condiciones de seguridad 77% está de acuerdo. C) Conservar la Tradición 60.2% está de acuerdo. d) Experimentar y tomar riesgos 25.6% está de acuerdo. Con lo que se detectó que los empresarios encuestados están principalmente motivados en la aportación de nuevas ideas y ser creativos, pero indudablemente les interesa su seguridad para desempeñar su trabajo, la respuesta que menor porcentaje obtuvo es la relacionada a tomar riesgos, sin embargo se sabe que la única manera de ser creativos y lograr innovación es arriesgando, por lo que se puede percibir que efectivamente existen condiciones tanto a nivel estatal como empresarial para poder hablar de innovación inclusiva.

En una segunda parte de la investigación se realizarán nuevas encuestas para determinar si las empresas muestra tienen las características de una empresa que ha logrado un crecimiento gracias a la innovación inclusiva.

4.4 Conclusiones

Las sociedades actuales han juzgado la distribución de los beneficios y oportunidades aferradas a un modelo de producción, distribución y comercialización inhibitorio de una mayor participación de la población de menores ingresos. El problema de inclusión enfrenta un problema de participación de la población que ha permanecido al margen de los efectos positivos de las innovaciones empresariales y a una distribución inequitativa de los activos tanto tangibles como intangibles, así como a una mala distribución de los beneficios sociales y económicos. Pero se vislumbra también un problema de capacidades de esa población para vincularse a los canales de producción, distribución y comercialización de sus productos y servicios bajo un modelo que premia la colaboración distinta del modelo lineal neoclásico.

Los procesos de innovación inclusiva están en función de varios elementos, entre ellos el desarrollo de instituciones inclusivas y sus subsecuentes procesos de inclusión en diferentes niveles. Esto implica el uso de categorías de análisis como el aprendizaje institucional y la nueva intencionalidad de los cúmulos de conocimiento tradicional y su combinación con el conocimiento existente en diversos contextos, así como la incorporación de categorías de análisis institucional (reglas y normas formales e informales, convenciones, confianza, reciprocidad). El diseño e implementación de políticas no pueden obviar estos elementos de contexto específico.

La innovación inclusiva es un proceso que involucra la coordinación de diversos actores en contextos específicos, en el cual las instituciones juegan un papel central en los procesos de aprendizaje institucional e innovación colaborativa de la población de escasos recursos. El desafío para el futuro debe ser devolver no solo innovación productiva, sino también innovación inclusiva, porque la ciencia debe estar en la vida de todos.

La institucionalización de las empresas de inserción en nuestro país y su trayectoria en los últimos 20 años proporcionan una retroalimentación valiosa para evaluar las dimensiones estratégicas de los negocios inclusivos y las de su tránsito hacia mercados más maduros. Esto explica por qué el conocimiento tecnológico está profundamente arraigado en instituciones específicas de las sociedades, su contenido y disponibilidad varía entre las sociedades, aún cuando la dotación de factores sea similar.

En la actualidad se puede decir que las respuestas a los grandes desafíos que enfrenta la humanidad pueden encontrarse a través de la innovación incluyente, es por eso que hoy se trabaja con más personas y en más lugares que nunca. Trabajando junto con académicos, gobiernos, empresas y organizaciones se podrán encontrar nuevas y mejores formas de proveer alimento, energía y protección a la creciente población mundial.

Sin embargo, las empresas no pueden contribuir a la disminución de la pobreza ni lograr un desarrollo sostenible por sí solas. Deben contar con las condiciones marcos legales, institucionales y financieras adecuadas. Frecuentemente, la falta de estas condiciones impide que los mercados desarrollen sus efectos positivos a mayor escala. Las empresas, los gobiernos y las organizaciones de la sociedad civil tienen la responsabilidad de cooperar para que la globalización sea verdaderamente inclusiva y sostenible.

4.5 Referencias

- Acemoglu, D., Robinson, J.A. (2012). Por qué fracasan los países: Los orígenes del poder, la prosperidad y la pobreza. Barcelona. Deusto
- Altenburg, S. (2009). Rural-Urban Migration. GRIN Verlag.
- Ayala, E. José (2001), Economía del sector público mexicano, México: Esfinge-FEUNAM.
- Berdegúe, J.A. (2005), Sistemas de innovación favorables a los pobres. Documento de trabajo. FIDA. Roma.
- Bortagaray, I. & Ordonez-Matamoros, G. (2012). Introduction to the Special Issue of the Review of Policy Research: Innovation, Innovation Policy, and Social Inclusion in Developing Countries. *Review of Policy Research*, 29, 669-671.
- Clarck, B.R. (1998). Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. Pergamon, IAU Press : Elsevier Science.
- Foster, C. and R. Heeks (2013), Analyzing policy for inclusive innovation: the mobile sector and base-of-the-pyramid markets in Kenya, *Innovation and Development*, Vol. 3. No. 1. 103-119.
- Foster, C. and R. Heeks (2013), Conceptualising Inclusive Innovation: Modifying System of Innovation Frameworks to Understand Diffusion of New Technology to Low Income Consumers, *European Journal of Development Research*, April. 1-23.
- George, G., McGahan, A. M. & Prabhu, J. (2012). Innovation for Inclusive Growth: Towards a Theoretical Framework and a Research Agenda. *Journal of Management Studies*, 49, 661-683.
- Guth, M. (2005), Innovation, Social Inclusion and Coherent Regional Development: A New Diamond for a Socially Inclusive Innovation Policy in Regions, *European Planning Studies*, Vol. 13, No. 2. March. 333-349.
- Hage, J. (2006), Institutional Change and Societal Change: The Impact of Knowledge Transformation, J. Hage and M. Meeus (eds.), *Innovation, Science and Institutional Change*. Oxford University Press. 464-482.
- Hall, J., Matos, S., Sheehan, L. & Silvestre, B. (2012). Entrepreneurship and Innovation at the Base of the Pyramid: A Recipe for Inclusive Growth or Social Exclusion? *Journal of Management Studies*, 49, 785-812.
- Hollingsworth, J. R. (2006), "A Path-Dependent Perspective on Institutional and Organizational Factors Shaping Major Scientific discoveries", J. Hage and M. Meeus (eds.), *Innovation, Science and Institutional Change*. Oxford University Press. 423-464.
- Lundvall, B. (2001), National System of Innovation, Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning, London, Pinter Publisher.
- Nelson, R. (2002), Bringing Institutions into Evolutionary Growth Theory, *Journal of Evolutionary Economics*, Vol. 12, (1). 17-28.

Nelson, R. and B.N. Sampat (2001), Making Sense of Institutions as a Factor Shaping Economic Performance, *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 44, (1), 31-54.

Prahalad, C.K. (2005). La oportunidad de negocios en la base de la pirámide: un modelo de negocio rentable, que sirve a las comunidades más pobres, México; Editorial Norma.

Rodrik, D. Subramanian, A. Trebbi, F. (2002). Institutions Rule: The Primacy of Institutions Over Geography and Integration in Economic Development. International Monetary Fund.

Viotti, E.B. (2004). Technological learning systems, competitiveness and development. Ipea, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.

Investigación aplicada y factibilidad económica

Diana García & Aurea Vicente

D. García & A. Vicente
Universidad de la Cañada, Calle Independencia 4, Centro, 68540 Teotitlan de Flores Magón, Oaxaca
diana_lgv@hotmail.com

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

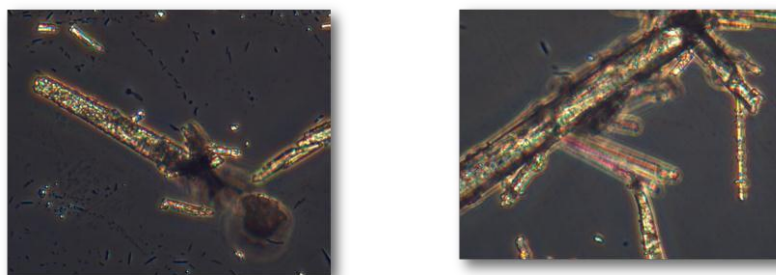
Technological advances in data transmission have allowed society to have access to information, there are for a constant search for materials containing magnetic electrical, optical or special. Today we have entered a new era where advances in technology are more dependent than ever on the discovery and development of new useful materials. It is in this context that the present work, the Academicians UNCA - IADEX stands, synthesized a thiourea with nonlinear optical properties which could help to enrich the properties of traditional materials widely used in the transmission of information such as the optical fiber. To strengthen our hypothesis, a study measuring the economic and financial feasibility in technical products was performed as: copper, fiber optic and thiourea, the results show that it would be feasible to use thiourea (for doping to the optical fiber) , and which is the second most profitable product. It also follows that it is possible to manufacture optical fiber doped with thiourea, in this way avoiding the use of repeaters to amplify the signal and thereby the high costs which currently cause the amplifiers in the data transmission would be high.

5 Introducción

En el Cuerpo Académico UNCA-IADEX, se llevó a cabo un trabajo de investigación intitulado Estudio de Tioureas y Chalconas: Síntesis Verde, Aplicaciones Tecnológicas y Factibilidad Socioeconómico, mediante el proceso de sintetización de tioureas quirales se identificaron propiedades ópticas no lineales, esto generaría mejoras en la eficiencia de la transmisión de información, debido a que los materiales con propiedades ópticas no lineales poseen aplicaciones en el área de comunicaciones ópticas, tales como moduladores de luz, filtros, guías de onda superficiales, dobladores de frecuencia, deflectores o memorias ópticas entre otras.

El presente trabajo muestra la factibilidad técnico económica-financiera en productos como: cobre, fibra óptica y tiourea, a razón de la información obtenida del poster titulado “Caracterización óptica de (R, R)-N, N’-Bis(1,2,3,4-tetrahidro-1-naftil) tiourea 2a, para sus posibles aplicaciones como material óptico no lineal (ONL)” en el cual se identificaron propiedades ópticas no lineales en las tioureas. La razón por la cual la tiourea puede ser aplicado en óptica no lineal, se basa en las imágenes obtenidas de la Figura 1, en las cuales se pueden observar cambios de índice de refracción, es decir cambios de color en distintas áreas del micro cristal, esto indica que el cristal tiene la cualidad de cambiar la frecuencia de onda incidente.

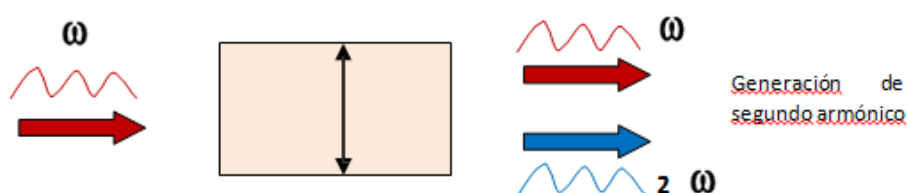
Figura 5 Imágenes de micro cristales de tiourea observados en contraste de fase. a) objetivo de 20 x (.40) y b) objetivo 40 x (0.55).



Se dice que “el comportamiento no lineal se refiere cuando la luz puede alterar su frecuencia al pasar por un medio, esto es, se generan haces de nuevas frecuencias” (Carrascosa, 2011).

Específicamente la tiourea llamada (R, R)-N, N'-Bis (1,2,3,4-tetrahidro-1-naftil), (Vasquez y cols., 2011) posee propiedades ópticas no lineales (Orlando y cols., 2013), dicha propiedad es de vital importancia en la transmisión de datos ya que permite facilitar dicha función en los medios de comunicación tradicionales que hasta el día de hoy conocemos, los cuales son cobre y fibra óptica, por lo cual se consideró adecuado evaluar su efecto en el uso del cobre y fibra óptica dopada con tiourea (FODT).

Figura 5.1 Comportamiento no lineal. Tomado de Carrascosa, 2013



Cada producto, tiene características que lo posicionan en el mercado de la transmisión de información y otros campos, así el cobre es un mineral metálico de amplio uso en la industria moderna, las comunicaciones y otros sectores de la economía (Copper, 2013). Una de sus aplicaciones se encuentra en la transmisión de datos y señales, los cables fabricados a base de éste material presentan mayor ancho de banda, menor consumo de energía, ofrece una instalación y una conexión más sencilla (Copper, 2013). Aunado a esto, transmite energía y datos a través del mismo cable, lo que simplifica las conexiones de entretenimiento digital, comunicaciones, computación y equipos de seguridad con redes de alta velocidad (Copper, 2013). Por otro lado, la fibra óptica consiste en una delgada hebra de vidrio o silicio fundido que conduce luz, las aplicaciones básicamente consisten en la transmisión de datos en telefonía y televisión (Aleben Telecom, 2013). Algunas de las ventajas de este material, es que, al no conducir señales eléctricas son ideales para incorporarse en cables sin ningún componente conductor y pueden usarse en condiciones peligrosas de alta tensión, a la par, presentan la capacidad de un mayor ancho de banda que el cobre, misma propiedad puede ser aprovechada para incrementar la capacidad de transmisión con el fin de reducir el costo por canal; de esta forma es considerable el ahorro en volumen en relación con los cables de cobre (Aleben Telecom, 2013). En un caso especial se tiene a las tioureas, que en recientes investigaciones se observó que (R, R)-N, N'-Bis (1,2,3,4-tetrahidro-1-naftil) posee propiedades ópticas no lineales (Orlando y cols., 2013), siendo la tiourea un material en forma de cristal y de la propiedad antes mencionada, surge la propuesta de generar un nuevo producto fabricado en base a la fibra óptica y tiourea.

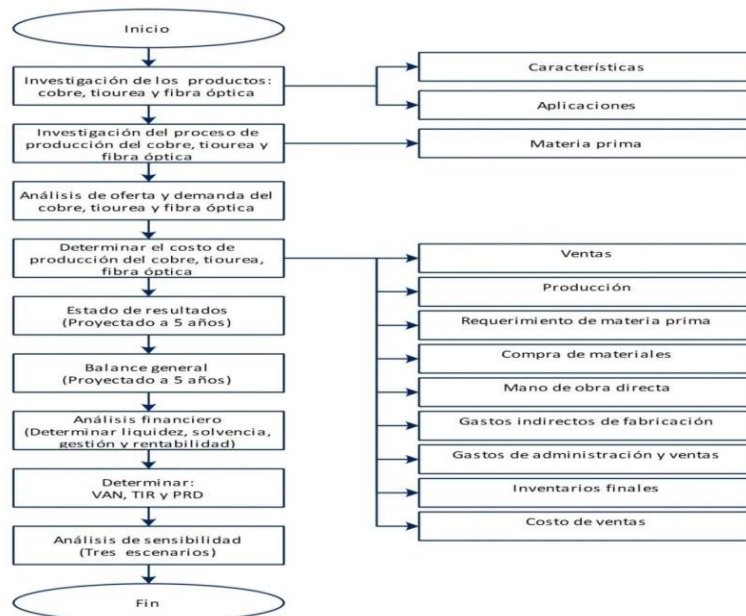
5.1 Metodología

En primera instancia, se realizó una investigación de las características y aplicaciones que tienen el cobre, fibra óptica y tiourea con respecto a la comunicación o transmisión de datos.

Posteriormente se llevó a cabo un desglose sobre el proceso de producción del cobre, fibra óptica y tiourea, donde las principales fuentes de información consultadas fueron artículos científicos, documentales, páginas web, etc., a partir de esto se determinaron los implementos necesarios en mano de obra, materia prima y gastos indirectos de fabricación en el proceso de producción; para el caso del cobre, se consultaron páginas web como son:

Codelco (Codelco, 2013) del cual se recabo información sobre el proceso de producción llevado a cabo para la obtención del cobre como las materias primas utilizadas, así mismo se consultó un apartado especial de proyectos preliminares para las plantas industriales (Proyecto preliminares para las plantas industriales, 2013) de dicho sitio se obtuvieron datos referentes a materias primas, mano de obra requerida, maquinaria, equipo y gastos generales de la planta, en base a toda esta información se desarrollaron las cédulas correspondientes y se visitó la página oficial del INEGI (INEGI, 2013) para conocer el total de producción anual y realizar la proyección a 5 años. La fibra óptica carece de información con respecto al proceso de producción por lo que se recurrió a documentales en Discovery Channel (Discovery Channel, 2013). La información recabada de la tiourea fue del artículo: “Síntesis de dos tioureas quirales N,N'-disustituidas por irradiación de microondas” (Vásquez y cols., 2011). Una vez obtenidos los datos se calculó la oferta y demanda para cada producto así como el costo de producción. Para efectuar de manera ordenada el estudio se elaboraron cedulas de presupuesto de ventas, producción, requerimiento de materia prima, compra de materiales, mano de obra directa, gastos indirectos de fabricación, gastos de administración, ventas, inventarios finales y costo de venta a fin de proyectar el presupuesto maestro. Se proyectó el Estado de Resultados y balance general a cinco años. Teniendo los estados financieros, se implementó el análisis financiero en el cual se determinaron los indicadores de liquidez, solvencia, gestión y rentabilidad. Con la información descrita anteriormente, se calculo la viabilidad económica financiera de los tres productos mediante Valor Actual Neto (VAN),Tasa Interna de Retorno (TIR), Periodo de Recuperación (PRD) y por último se elaboró el análisis de sensibilidad considerando tres escenarios: probable, optimista (5%) y pesimista (-5%). Figura 3.

Figura 5.2 Metodología empleada para la elaboración del estudio técnico económico-financiero en productos como: cobre, fibra óptica y tiourea.



5.2 Resultados

Una vez implementada la metodología, los resultados obtenidos fueron respecto al estado de resultados.

El Estado de Resultados para el caso del cobre; el costo de ventas representa aproximadamente un 47% de las ventas, para el caso de la fibra óptica representa un 42.8% y para FODT un 43.2%, posteriormente se tiene un mismo caso para los tres productos los gastos de operación de los productos representan un 9% de las ventas, el ISR el 29% de la utilidad y el PTU del 10%. Tabla 1.

Tabla 5 Estado de Resultados para el año 5 del cobre, fibra óptica y FODT.

Estado de resultados presupuestado del cobre, fibra óptica y fodt			
	Cobre	Fibra óptica	Fodt
	Año 5	Año 5	Año 5
Ventas	\$330,473,277.67	\$85,445,008.69	\$104,283,780.69
Costos de ventas	\$154,804,162.26	\$36,583,570.23	\$45,136,741.18
Utilidad bruta	\$175,669,115.41	\$48,861,438.46	\$59,147,039.50
Gasto de operación(gastos de Administración, ventas y financieros)porcentaje promedio	\$29,742,594.99	\$7,690,050.78	\$9,385,540.26
Utilidad antes de impuesto	\$145,926,520.42	41,171,387.68	\$49,761,499.24
Isr	\$43,777,956.12	\$12,351,416.30	\$14,928,449.77
Ptu	\$14,592,652.04	\$4,117,138.77	\$4,976,149.92
Utilidad neta	\$87,555,912.25	24,702,832.61	\$29,856,899.55
Depreciación	\$891,903	\$73,944.08	\$111,087.82
Flujo neto de efectivo	\$86,664,008.77	\$24,628,888.53	\$29,745,811.73

Balance general

Del balance general proyectado a cinco años se determinó que la situación financiera es sana para el caso del cobre, fibra óptica, tiourea y que existe mayor apalancamiento, por lo tanto el capital contable para el año 5 con respecto al cobre es de

\$21,589,605, para la fibra óptica \$13,798,333 y para FODT de \$17,360,900.94. Tabla 2.

Tabla 5.1 Balance general para el año 5 del cobre, fibra óptica y FODT

Balance general cobre, fibra óptica y fodt			
	Cobre	Fibra óptica	Fodt
Activo	Año 5	Año 5	Año 5
Activo circulante			
Inventario de materia prima	\$15,907,885.37	\$5,876,832.13	\$6,670,835.33
Inventario final de artículos terminados	\$8,872,848.90	\$27,432,290	\$28,953,363.44
Fondo de caja chica	\$2,399	\$2,000.00	\$2,000.00
Total activo circulante	\$24,783,133	\$33,311,123	\$35,626,198.78
Activo fijo			
Maquinaria y equipo	\$9,666,273	\$481,994.98	\$724,079.08
Depreciación acumulada	-\$891,903	-\$73,944.08	\$111,087.82
Total activo fijo	\$8,774,369.87	\$444,032.31	871,148.31
Activo diferido			
Papelería y útiles	\$25,907	\$43,177.69	\$863,553.85
Total activo diferido	\$25,907	\$43,177.69	\$863,553.85
Total activo	\$33,583,410	\$33,798,333	\$37,360,900.94
Pasivo			
Pasivo circulante			
Proveedores	\$11,993,804	\$20,000,000	\$20,000,000.00
Total pasivo circulante	\$11,993,803	\$20,000,000	\$20,000,000.00
Total pasivo	\$11,993,803	\$20,000,000	\$20,000,000.00
Capital	\$21,589,605	\$13,798,333	\$17,360,900.94

5.3 Análisis financiero

Para el caso de los tres productos no se puede medir la liquidez y solvencia porque no cuentan con pasivo a corto plazo. Para medir la rentabilidad el indicador de rotación del activo total muestra que en el cobre la eficiencia con la que se ha utilizado sus activos ha generado un número mayor de ventas con respecto a los demás productos. El indicador rendimiento de la inversión o rendimiento de los activos totales muestra que de igual forma el cobre obtiene una cifra mayor en la utilidad que para la fibra óptica y FODT, esta cifra es de 2.0 de diferencia. Tabla 3.

Tabla 5.2 Resultados de análisis financiero de cobre, fibra óptica y FODT.

Razones financieras	Resultado		
	Cobre	Fibra óptica	FODT
Rentabilidad			
Razón del activo total	9.89	2.26	2.49
Rendimiento de la inversión o	2.66	0.66	0.72
Rotación de inventarios	2.27	4.60	2.27

VAN, TIR, Índice de Rentabilidad y PRD

Al llevar a cabo la valuación financiera de los tres productos respecto al valor actual neto se puede observar en la Tabla 4, que para los tres productos arroja resultados positivos, los cuales se encuentran entre los \$20,000,000; la Tasa Interna de Rendimiento más alta es para la FODT que es de 41.49% y la más baja es para el cobre de 16.83%, en donde la tasa mínima de rendimiento fue la misma para los tres productos; El índice de rentabilidad muestra mejores resultados para la fibra óptica con un índice de 0.45 y el más bajo es para el cobre de 0.13; En cuanto al periodo de recuperación es el mismo para los tres productos, el cual es de aproximadamente 2 años. Tabla 4.

Tabla 5.3 VAN, TIR, IR y PRD del cobre, fibra óptica y FODT.

	Cobre (i=10.65%)	Fibra óptica (i=14.65%)	FODT (i=14.65%)
VAN	\$29,568,066.96	\$22,063,411.93	\$21,024,556.29
TIR	16.83%	23.65%	41.490%
IR	0.139509647	0.45	0.43
PRD	2 años de recuperación	2 años de recuperación	2 años de recuperación

Por lo que podemos concluir que existe viabilidad técnico, económico financiero en los tres productos, destacando entre ellos los resultados en FODT.

5.4 Análisis de sensibilidad

A fin de ver los efectos que se pudieran presentar por algunos cambios en la economía o por situaciones imprevistas de la organización se implementó un análisis de sensibilidad que consideró tres escenarios:

Escenario favorable (15.65%), en el cual se aplicó un +5% a la tasa mínima de rendimiento.

Proyección real (10.65%), en el cual son los datos actuales de la empresa.

Escenario desfavorable (5.65%), en el cual se aplicó un -5% a la tasa mínima de rendimiento.

En el escenario favorable para el caso del VAN se identificó que en el cobre ocupa la cifra más alta con \$98,716,072.00 y la cifra más baja lo ocupa FODT con \$11,264,696.45 de igual forma en el escenario desfavorable la cifra más alta lo ocupa el cobre con \$58,581,836.00 mientras que la más baja lo ocupa la fibra óptica con \$31,926,291.81; en el caso de la tasa interna de rendimiento, se identificó que en el escenario favorable la tasa más alta lo ocupa la fibra óptica con el 31.33% y la más baja lo ocupa el cobre con el 16.86%, de igual forma en el escenario desfavorable la tasa más alta lo ocupa la fibra óptica con 33.41% y la más baja lo ocupa el cobre con el 16.86%; el Índice de rentabilidad para el escenario favorable, el cobre obtiene el 0.47 siendo el más rentable y el más bajo lo ocupa FODT para el escenario desfavorable ocurre lo contrario el más alto lo ocupa la fibra óptica con un 0.65 y el más bajo lo ocupa el cobre con un 0.28. Tabla 5.

Tabla 5.5 Análisis de sensibilidad para la producción del cobre fibra óptica y FODT

Concepto	Producto	Proyección con escenario desfavorable (5.65%)	Proyección real (10.65%)	Proyección con escenario favorable (15.65%)
VAN	Cobre	\$58,581,836.00	\$29,568,067.00	\$98,716,072.00
	Fibra óptica	\$31,926,291.81	\$22,063,411.93	\$13,982,530.62
	FODT	\$32,936,786.10	\$21,024,556.29	\$11,264,696.45
TIR	Cobre	26.13%	16.86%	24.51%
	Fibra óptica	33.41%	23.65%	31.33%
	FODT	28.72%	41.49%	26.89%
IR	Cobre	0.28	0.14	0.47
	Fibra óptica	0.65	0.45	0.28
	FODT	0.51	0.32	0.17
PRD	Cobre	2 años	2 años	2 años
	Fibra óptica	2 años	2 años	2 años
	FODT	2 años	2 años	2 años

5.5 Conclusiones

De acuerdo a los resultados presentados y analizados se deduce que el cobre, fibra óptica y FODT son rentables, pero realizando comparaciones entre éstos el producto con mayor rentabilidad es la fibra óptica según datos obtenidos y analizados anteriormente, ya que muestra mejores resultados aun considerando un escenario desfavorable el cual destaca entre el cobre y FODT.

El segundo producto más rentable es para FODT del cual se deduce que es factible fabricar fibra óptica dopada con tiourea, de ésta forma se evitaría el uso de repetidoras para amplificar la señal de la luz y con ello se reducirían considerablemente los altos costos que los amplificadores ocasionan actualmente en la transmisión de datos.

En términos financieros los costos para la fabricación de la tiourea con fibra óptica podrían ser más altos que la fibra óptica convencional, cabe aclarar que la tiourea se requiere en menor cantidad para que se integre a la fibra óptica y cumpla con la función de amplificar la transmisión de datos y con ello se tenga una mejor recepción de señal, por lo tanto como se requiere una cantidad mínima de tiourea para dopar la fibra óptica igualmente sus costos son pequeños en comparación del proceso de fabricación de fibra óptica con el uso de repetidoras. Finalmente se deduce que el proceso de fabricación de FODT es recomendable ante la idea de fabricar fibra óptica con el fin de amplificar señales en comunicación.

5.6 Agradecimientos

El Cuerpo Académico UNCA – IADDEX agradece a PROMEP el financiamiento otorgado para la realización del proyecto “Estudio de Tioureas y Chalconas: Síntesis Verde, Aplicaciones Tecnológicas y Factibilidad Socioeconómica”. No de oficio de autorización: PROMEP/103.5/11/1171.

5.7 Referencias

Orlando-Guerrero, I.J., Hernández-Paxtián, Z.J., Vicente-Pinacho, A.J, González-Montiel, L., Campos-Pastelín, J.M., (2013). Caracterización óptica de (R, R)-N, N'-Bis(1,2,3,4- tetrahidro-1-naftil) tiourea 2a, para sus posibles aplicaciones como material óptico no lineal (ONL).

Aleben Telecom. (5 de Febrero de 2013). Fibra óptica, que és y como funciona. Recuperado el 8 de Junio de 2013, de <http://www.alebentelecom.es/servicios-informaticos/faqs/fibra-optica-que-es-y-como-funciona>

Copper Alliance. (n.d.). Guia de Innovación Tecnológica en Aplicaciones de Cobre. Recuperado el 10 de Julio de 2013, de http://copperalliance.org/wordpress/wp-content/uploads/downloads/2012/06/technology_roadmap_spanish.pdf

Carrascosa, M. (n.d.). Óptica no lineal. Recuperado el 9 de Julio de 2013, de <http://www.uam.es/otros/masterfotonica/Documentacion/opticanolineal/cap1-m-carrascosa.pdf>

Codelco. (n.d). Principales productos de Codelco: cobre y molibdeno. Recuperado 28 de Junio de 2013, de http://www.codelco.com/flipbook/reporte_sustentabilidad/2006/textos/sustentable.htm

Proyecto preliminares para las plantas industriales. (n.d.). Planta de producción de cables de comunicación. Recuperado 25 de Junio de 2013, de <http://turnkey.taiwantrade.com.tw>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (n.d). Consultado el 18 de Junio de 2013, de <http://www.inegi.org.mx/>

Sergel, P. (Autor) (2010). Proceso de elaboración y uso de fibra óptica [video]. Discovery Channel.

Vásquez-Bravo, J.J., Farfán-Martínez, M.L., Campos-Pastelin, J.M, López-Martínez, L.X., Hernández-Cervantes, G.L., Pérez-Flores, F.J. (2010) Síntesis de dos tioureas quirales N,N'-disustituidas por irradiación de microondas. Memorias del VII

Investigación de mercado a la cafetería Coffee Life en Pénjamo, Guanajuato

Jennifer Cortes, Julieta Varela, Candelaria García, Gabriela Bravo y Juana Galván

J. Cortes, J. Varela, C. García, G. Bravo y J. Galván
Universidad Politécnica de Pénjamo, Carretera Irapuato- La Piedad Km.44, predio El Derramadero, Pénjamo
Guanajuato, C.P. 36921.
jecortes@uppenjamo.edu.mx

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago,
Guanajuato, 2014.

Abstract

In Mexico, small business account for 95.2% (4.8 million) of all firms; 4.3% (221,194) are small businesses; 0.3% (15,432) medium and 0.2% (10,288) big companies. Microenterprises employ 45.6% of all workers; small to 23.8%, medium 9.1% and 21.5% big. Small business generate much of the economic activity in the country and employ nearly half the country's population.(INEGI, 2009)

Given the importance of this type of enterprise, conducted market research for the preference and recognition of the cafe " Coffee Life " located in in the state of Guanajuato Pénjamo Township ; the organization is focused on the production and marketing of coffee and is recognized as a pioneer in selling coffee in the town . A quantitative methodology was used to determine the consumption of coffee by the customer, the preference for various cafes and identify positive and negative factors in the café "Coffee Life" with respect to competition; a questionnaire was applied to 169 people and the results have served to develop proposals to help address the areas of business opportunity.

6 Introducción

Como una herramienta básica de la Mercadotecnia, la investigación de mercados puede generar hasta un 95% de certeza sobre una inversión determinada ya que a partir de refinadas técnicas de estadística y muestreo, este tipo de estudios aporta datos clave sobre temas sensibles en todo negocio, como perfil del consumidor, ubicación ideal del local o imagen institucional o de marca. A decir de los expertos en Mercadotecnia, obtener información sobre el mercado reduce significativamente el riesgo de desaparición del negocio, lo cual representa un bálsamo para un sinnúmero de pequeñas y medianas empresas (pymes), que luchan día a día por librar la estadística oficial que habla de la extinción de 80% de los emprendimientos en los primeros 12 meses de vida.

Es por eso que se da a la tarea de estudiar pequeños establecimientos como lo son las cafeterías ubicadas en la cabecera municipal de Pénjamo, Guanajuato, ya que hoy en día, han tomado un lugar importante en las ciudades como lugares de esparcimiento, trabajo y estudio; por su decoración y confort ayudan a salir de la rutina, aparte de estar disfrutando de un delicioso café, té o cualquier bebida. Son lugares pequeños que, además, cuentan con menús para satisfacer los gustos de los comensales cada vez más exigentes y conocedores de los productos que consume.

Por lo tanto, se realizó el presente estudio de investigación de mercado a través de un equipo integrado por alumnas de la Licenciatura en Administración de la Universidad Politécnica de Pénjamo, para evaluar el grado de satisfacción de los habitantes de Pénjamo respecto del servicio que se brinda en la cafetería "Coffee Life". Se parte de la premisa de la percepción del cliente acerca de la satisfacción de sus necesidades y expectativas; y con esto, se define el nivel de calidad que ha alcanzado el establecimiento y se aumenta el nivel de consumo. Así mismo, la posición de liderazgo que se debe conservar e incrementar constituye, entre otros, una lógica consecuencia del nivel de satisfacción de los clientes, por tanto, es un aspecto al que se debe brindar la debida atención.

Como resultado de la investigación, los dueños tendrán la oportunidad de conocer los aspectos vulnerables de la empresa y fortalecerlos, creando lugares agradables con menús más atractivos para cautivar clientes y con ello aumentar el porcentaje de ingresos, ubicando a la cafetería "Coffee Life" como la principal fuente de consumo de café en el municipio de Pénjamo.

“Coffee Life” es una microempresa ubicada en Pénjamo, Guanajuato; en su inicio, con una cafetera, un paquete de vasos y un kilo de café, Roberto Campos Reyes creó hace 10 años un negocio que, a través de su esfuerzo y dedicación, se convirtió en “Coffee Life”, la primera cafetería gourmet en Pénjamo. En febrero de este año, el joven empresario logró el tercer lugar en la competencia de catación organizada por la Asociación Mexicana de Cafés y Cafeterías de Especialidad (AMCCE).

Con el apoyo de su familia, desde un principio vendió café de grano lo que empezó a atraer clientes. Iniciaron operaciones en agosto del 2003 y para abril del 2004, ya ofrecían café de especialidades, aunque el espacio era reducido.

Fue hasta el 2006 cuando ampliaron la cafetería, con mesas y sillas y así se mantuvieron cinco años hasta que introdujeron más alimentos y bebidas a la carta, todo esto con recursos propios.

Actualmente, está en proceso de registro de la marca “Coffee Life”, genera cuatro empleos y vende en promedio 1 kilo 200 gramos de café en tazas y 100 kilos de café de grano al mes, aunque a veces rebasan su meta.

6.1 Método

Para la realización del proyecto se empleó una metodología cuantitativa que permitiera arrojar cantidades y porcentajes sobre el consumo de café en el municipio, así como la preferencia de la población por asistir a diversas cafeterías y determinar los factores positivos y negativos de la cafetería “Coffee Life” con respecto a la competencia.

El objetivo general de dicha investigación de mercado fue el siguiente:

Conocer el nivel de preferencia y reconocimiento del cliente acerca de la cafetería “Coffee Life” en el municipio de Pénjamo.

De este objetivo se desglosaron varios objetivos específicos, los cuales buscaban conocer el porcentaje de consumidores de café en el municipio de Pénjamo; la cantidad de personas que asistían a las cafeterías de dicho municipio; cuál era la cafetería con mayor preferencia; conocer los factores que influían para asistir a las diversas cafeterías; analizar los horarios, días, clima y tipos de café preferidos por la población penjamense; así como identificar el porcentaje de personas que asistían específicamente a la cafetería “Coffee Life” y, con esto, conocer los aspectos positivos y negativos de dicho establecimiento.

Se realizó una hipótesis de investigación por cada objetivo, partiendo de posibles afirmaciones, las cuales, con los resultados de la investigación, se pudieron cumplir o no cumplieron con lo que realmente planteaban.

También se realizó una segmentación del mercado, la cual consiste en fragmentar (dividir) el mercado de consumidores en grupos homogéneos, que tienen características comunes. Se tomaron 6 variables las cuales fueron: Económicos, dirigido a una población con nivel socioeconómico de C, C+, C-, D; Geográficos, teniendo como ubicación el municipio de Pénjamo, Gto.; Demográficos con un rango de edad de 15 a 40 años, ambos sexos y estado civil indistinto; Psicológicos, estudiando el modo de vida de la población, sus actitudes, actividades e intereses; Conductuales, analizando el consumo de café, frecuencia con la que asisten a las cafeterías, comportamiento de compra y beneficios que obtienen con su compra; y por último, el Cultural, referente a la nacionalidad.

6.2 Muestreo

Es el procedimiento utilizado para la elección de unidades dentro de un conjunto más amplio de ellas. Para determinar la cantidad de personas que debían de ser encuestadas se realizó el cálculo de la muestra, con una población de 20,350 habitantes del municipio de Pénjamo Gto. Tomando en consideración un rango de edad entre los 15-40 años, con un nivel de confianza del 88% y un nivel de error del 6%, en la que se toma la siguiente información:

El tipo de muestreo que se aplicó fue no probabilístico de juicio y se determinó con los siguientes datos.

Donde:

N = Población (20,350 personas).

Z = Nivel de confianza (88%).

n = Muestra.

p = Porcentaje de que un evento esté a nuestro favor.

q = Porcentaje de que un evento este a nuestra contra.

d = Error muestral (6%).

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot (p) \cdot (q)}{d^2 \cdot (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot (p) \cdot (q)}$$

$$n = \frac{20,350 \cdot (1.56^2) \cdot (.50) \cdot (.50)}{(0.06)^2 \cdot (20,350 - 1) + (1.56)^2 \cdot (.50) \cdot (.50)}$$

$$n = \frac{12,380.94}{73.2564 + 0.25}$$

$$n = \frac{12,380.94}{73.5064}$$

$$n = 168.43$$

$$n = 169 \text{ PERSONAS}$$

Se realizó un cuestionario prueba piloto conformado por 12 preguntas el cual se aplicó a 15 personas con el fin de probar su pertinencia y eficacia (incluyendo instrucciones), así como las condiciones de aplicación y procedimiento involucrados. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010). Posteriormente, el cuestionario definitivo integrado por 12 preguntas de opción múltiple, se aplicó a 169 personas en el jardín principal del municipio de Pénjamo así como en las instalaciones de la Universidad Politécnica de Pénjamo; esto se realizó en un periodo de siete días a personas cuya edad oscilara entre 15 a 40 años independientemente de que consumieran café o no lo acostumbraran.

Para el procesamiento y análisis de información se utilizó el software IBM SPSS Statistics versión 19.

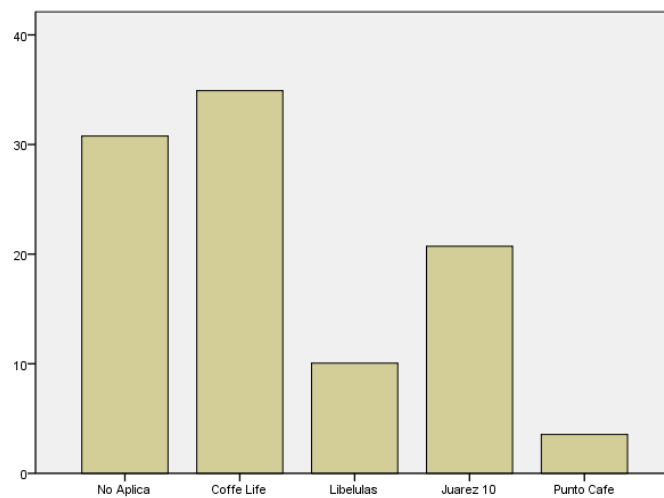
6.3 Resultados

Para conocer el nivel de preferencia y reconocimiento de la cafetería “Coffee Life” en el municipio de Pénjamo, se realizaron preguntas generales sobre el consumo de café.

El 83.4% de las personas que viven en el municipio de Pénjamo y que se encuentran en una edad de entre 15 a 40 años son consumidores de café, por consiguiente un 68.6% de las personas encuestadas respondieron que acuden a las cafeterías del municipio de Pénjamo.

La cafetería a la que acuden con mayor frecuencia los encuestados, es la cafetería “Coffee Life”, con un porcentaje del 34.9% en comparación con sus competidores, lo cual puede apreciarse en la siguiente gráfica. Este es el primer indicador positivo para dicho establecimiento.

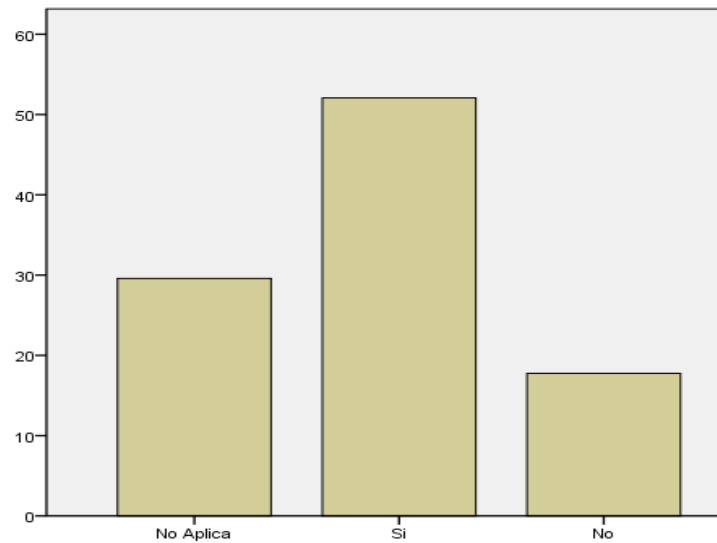
Gráfica 6 Establecimientos que frecuentan más los clientes



El 30.2% de los encuestados prefieren acudir a la cafetería “Coffee Life”. El factor que más influye en que las personas consuman café con mayor frecuencia, es la ubicación con un porcentaje de 26.6%; el horario en que las personas entrevistadas prefieren acudir más a las cafeterías es de las 19:00 a 22:00 horas, con un porcentaje del 40.2%; mientras que el clima que más influye para que las personas consuman mayor cantidad de café es el clima frío, obteniendo como resultado el 37.3%; el día con mayor preferencia para acudir a las cafeterías es el día sábado con un total de respuestas de 24.3%. El tipo de café que más prefieren las personas del municipio de Pénjamo es el estilo Frapuchino, con un porcentaje del 47.3%.

Específicamente, las respuestas referentes a la cafetería “Coffee Life” se obtuvo lo siguiente:

El 52.1% de los encuestados respondieron que **sí** han consumido café en “Coffee Life” con una frecuencia de 88.

Gráfica 6.1 Porcentaje de consumo de café en la cafetería Coffee Life

El aspecto positivo que tiene dicha cafetería fue el sabor, con un 34.9%, mientras el aspecto negativo que más resaltó fue el espacio del establecimiento, con un 27.8%.

6.4 Discusión

La investigación realizada arrojó varias respuestas positivas hacia la cafetería “Coffee Life”, dicho establecimiento cuenta con un nivel de preferencia alto dentro de la población penjamense, el sabor de sus productos los distingue de la competencia y con esto, tienen que mantenerse en dicho nivel.

Como en cualquier actividad comercial, existen debilidades o áreas de oportunidad y, en este caso, el tamaño del establecimiento es uno de los principales factores negativos que se encuentran, el cliente necesita de un espacio mayor para poder realizar más actividades que le permitan satisfacer necesidades recreativas y por consiguiente, siga asistiendo a dicho establecimiento.

Dentro del trabajo de campo la mayoría de las personas encuestadas no reconocían a la cafetería “Coffee Life” con dicho nombre la identificaban como “la Cafetería del güero”; este es un problema ya que el nombre establecido no está cumpliendo con su trabajo; se puede dejar dicho nombre y agregar un lema o una frase con la cual las personas identifiquen de una manera más fácil a dicha cafetería.

La cafetería “Coffee Life” es uno de los principales referentes de venta de café al paso en el municipio de Pénjamo, los resultados son favorables para dicho establecimiento realizando las sugerencias antes indicadas esta cafetería puede imponer más su estatus comercial dentro de la zona.

6.5 Conclusiones

Logró demostrarse que la cafetería “Coffee Life” se encuentra en primer lugar de preferencia en cuanto a consumo por las personas del municipio de Pénjamo, por otro lado se obtuvieron los aspectos positivos y negativos de la misma, de los cuales se podrían hacer algunas modificaciones para eliminar las cuestiones que afectan y así adaptarlas a las necesidades del cliente.

En lo investigado fue evidente que el principal competidor de la cafetería “Coffee Life”, es la cafetería Juárez 10 debido a su ubicación y tamaño del establecimiento; por lo cual la cafetería “Coffee Life” debe ampliar su local comercial pues el cliente no está cómodo con el espacio que cuenta, limitándolo de realizar diversas actividades que se pueden hacer dentro de una cafetería más amplia. Requiere enfocarse en el mercado de jóvenes de un rango de edad entre los 15 a 25 años, ya que son los principales consumidores. Asimismo, ante la insuficiente promoción y el alto precio de los productos ofrecidos, necesita hacer un ajuste que le permita atraer más clientes mediante la mejora de estos aspectos.

Cabe señalar que dicha investigación de mercado le servirá a esta pequeña empresa para que tomando en cuenta las recomendaciones de las personas encuestadas, se de a la tarea de corregir los detalles antes mencionados para generar un mayor posicionamiento en el mercado.

Es importante reconocer que la cafetería “Coffee Life” es la más demandada por los penjamenses, aún tomando en cuenta los aspectos percibidos como negativos.

6.6 Agradecimientos

Agradecemos al empresario Andrés Roberto Campos Reyes, Gerente General de la cafetería Coffee Life por su colaboración y permiso para la realización de la investigación dentro del establecimiento.

A la Dra. Glafira Vázquez Olarra por su orientación y apoyo.

A todas las personas encuestadas por su contribución para la realización de esta investigación.

6.7 Referencias

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. México, D.F.: Mc Graw Hill.

INEGI. (2009). Instituto Nacional de Estadística y Geografía e Informática. Obtenido de Censos Económicos 2009:
www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/default.asp?s=est&c=14220

La aplicación del método deductivo en la clasificación arancelaria de mercancías de comercio internacional

Mizraim Martínez, Ivonne López y Ruth Ortiz

M. Martínez, I. López y R. Ortiz

Universidad Politécnica Metropolitana de Hidalgo. Boulevard Acceso a Tolcayuca 1009, Ex Hacienda San Javier, 43860 Tolcayuca, Hidalgo
juridicohenz@hotmail.com

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

The main instrument used for the classification of goods, the Harmonized Commodity Description and Coding System (HS), which has been in use since 1988 in the member countries of the World Trade Organization (WTO) and the World Customs Organization (WCO); in this most tariffs of member countries of the two aforementioned agencies are based, and therefore Mexico. The importance of proper tariff classification is the result of determining the tariff taxes on imports or exports, and on the other non-tariff requirements or obligations.

To our subject is essential to make use of a methodology and a suitable method for classifying a product; must follow a series of logical-legal steps allow us to reach a universal code to designate the goods.

Use of Deductive method proposed in this paper allows us to go step by step and provides us make a logical and legal for the correct determination of tariff item analysis. Anyone making use thereof, may unravel the legislature's intent when creating the rule of law. Addition shall comply with the legal interpretation of Article 5 frames CFF.

7 Introducción

El comercio internacional es el intercambio principalmente de bienes y servicios entre países. Este intercambio es regulado Arancelariamente y No Arancelaria por cada país según sean sus necesidades, debiendo seguir los lineamientos que marca el Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT) por sus siglas en inglés, administrado por la Organización Mundial de Comercio (OMC).

Por las dificultades de idiomas y la diversidad del lenguaje técnico en el mundo, surgió la necesidad de crear un lenguaje y código unificado en el ámbito internacional o mundial sobre el tratamiento de las mercancías de comercio internacional para su regulación.

De tal manera, el principal instrumento utilizado para la clasificación de mercancías, es el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA), el cual se ha venido usando desde 1988 en los países miembros de la OMC y la Organización Mundial de Aduanas (OMA); en éste se basan la mayoría de las Tarifas Arancelarias de los países miembros de los dos organismos antes citados, y por ende México.

El organismo encargado de estudiar mercancías, desarrollar técnicas aduaneras y otros asuntos arancelarios, además de su actualización constante es la OMA, con sede en Bruselas.

El SA posee un grado de complejidad que no es fácil aplicarlo ni interpretarlo, incluso por aquellos profesionistas de la materia. Los estudiantes, también se encuentran en esta problemática, dificultando su entendimiento y aplicación del marco regulatorio en el movimiento de mercancías.

Por esta razón, este estudio pretende aportar herramientas indispensables para la interpretación y aplicación del SA y de su marco regulatorio.

Al finalizar la lectura de éste documento el lector contará con el conocimiento adecuado para aplicar el método deductivo en la clasificación arancelaria de las mercancías.

7.1 Método

Para muchos desde una concepción iuspositivista, ven al Derecho como un conjunto de normas jurídicas cuyo fin es la de dar orden a la vida social del ser humano. Pero el objetivo de este trabajo no es llegar a descubrir o redefinir al Derecho; sino la finalidad que se busca, es la interpretación adecuada para su aplicación.

El código fiscal de la federación (CFF) en su artículo 5° menciona que las normas de carácter tributario se deben interpretar de manera estricta; nuestra Ley del Impuesto General de Importación y Exportación (LIGIE) es una ley tributaria, por lo que su aplicación debe ser como se acaba de mencionar, utilizando una interpretación exegética la cual se define como: “La interpretación estricta es aquella que simplemente declara el sentido o alcance de las palabras empleadas por el legislador, sin restringirlo y tampoco extenderlo”. (Kaye & Kaye, 2006). De tal manera, que es menester utilizar un camino adecuado para llegar al sentido original de las propias normas jurídicas, en específico de la ley, conocido como método. Por tal motivo, es indispensable hacer uso de la metodología, que es la ciencia del método, aplicándose a la ciencia del derecho una metodología especial.

La metodología de la ciencia del derecho y de la ciencia jurídica es la parte lógica cuyo objeto de estudio son los métodos específicos y técnicas jurídicas aplicables al derecho. (Ponce de León Armenta, 2004)

Dentro de esta metodología especial se clasifican: la metodología doctrinal; la metodología legislativa; la metodología procesal, en la cual nos centraremos; la metodología para la ejecución; la metodología jurisprudencial; metodología informática y la metodología docente. (Ponce de León Armenta, 2004)

La metodología procesal para la interpretación y complementación y aplicación del derecho, se utiliza a casos concretos. Se denomina así porque comprende todos los métodos y técnicas que pueden utilizarse para lograr la seguridad jurídica en la solución de estos casos. Esta se divide hermenéutica jurídica y metodología para la aplicación del derecho. (Ponce de León Armenta, 2004)

La hermenéutica jurídica “consiste en interpretar la norma jurídica en relación con las demás que integran el ordenamiento al cual pertenecen... toda vez que las diversas ramas del mismo no constituyen partes aisladas sino normas armonizadas”. (Rhode Ponce, 2005)

Por su parte, la metodología para la aplicación del derecho a casos concretos presupone el empleo previo de la hermenéutica jurídica. Y para la aplicación de esta metodología, se emplean los siguientes métodos como el deductivo, científico, sistemático e intuitivo. (Ponce de León Armenta, 2004)

Una vez definida la metodología a utilizar, definiremos el método a seguir en este estudio, centrándonos en el método deductivo. Y es como lo hemos mencionado con anterioridad, la interpretación de la ley muchas veces se torna compleja, y en la clasificación de mercancías de comercio internacional no es la excepción, porque en la mayoría de casos necesitamos hacer uso de todo el sistema jurídico y de un poco más; llevándonos a coincidir con Rhode (2005) en donde menciona que la interpretación de las normas jurídicas es:

En esta tarea de comprender cabalmente el alcance de sus disposiciones muchas veces el texto literal de la norma es suficientemente explícito y claro de tal modo que no será necesario interpretarla, bastara una simple lectura.

Sin embargo, en otras ocasiones el texto de la norma no es suficiente ni claro para desentrañar lo que quiere ordenar el legislador y se tendrá la necesidad de interpretarla. (p. 51-52)

El método deductivo es aquel que estipula premisas, una mayor y una menor, dando una conclusión; si las premisas son afirmativas por lo tanto la conclusión será en el mismo sentido. Así lo determina el siguiente autor:

El método deductivo es un método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro las premisas... las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea verdadera. (Carvajal, 2013)

Este método va de lo general a lo particular. Así mismo parte de los datos generales aceptados como verídicos para poder deducir a través del razonamiento lógico, haciendo suposiciones. También parte de afirmaciones previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez. El aplicar el resultado de la inducción a casos nuevos, se puede entender que se realiza una deducción. (Montaleza, 2013)

En el mismo sentido, el método deductivo consiste en la generalidad de reglas y procesos, que nos permiten deducir conclusiones finales, partiendo de la formulación de enunciados o supuestos mejor conocidos como premisas. Al elaborar una hipótesis se debe seguir hasta la consecuencia para determinar su cumplimiento o no.

El argumento deductivo se contrapone al método inductivo, porque se sigue un procedimiento de razonamiento lógico inverso. Se soslaya de lo general a lo particular, partiendo de enunciados de validez universal y utilizando instrumentos científicos, se infieren enunciados particulares, pudiendo ser axiomático-deductivo o hipotéticos-deductivo. (Crespo, 2013)

El método deductivo permite descubrir nuevos conocimientos o adaptar los conocimientos establecidos a un caso en concreto para su validez científica, como se puede observar:

El método deductivo de investigación permite inferir nuevos conocimientos o leyes aún no conocidas. Este método consiste en inducir una ley y luego deducir nuevas hipótesis como consecuencia de otras más generales. Por ejemplo: la ley gravitacional permitió deducir la forma elipsoidal de la Tierra; las leyes gravitacionales e hidrostáticas, permitieron la obtención de la ley de las mareas. (Villafuerte, 2012)

Para nuestra materia es fundamental hacer uso de esta metodología y su método, señalando que para clasificar un producto, se debe seguir una serie de pasos lógicos que nos permitan llegar a asignar un código universal dentro del SA. Mencionando esto:

Parte de lo general a lo particular. Pasos que sigue el método deductivo: Observación, Hipótesis, Deducción, Experimentación, Se basa en ir encadenando conocimientos que se suponen verdaderos de manera tal que se obtienen de nuevos conocimientos• Se valida de la lógica• Combina principios necesarios y simples. (Roa, 2012)

7.2 Resultados y Discusión

La importancia de una correcta clasificación arancelaria es el resultado de un arancel que posteriormente se pagara al estado por su causación, y por otro lado servirá para controles estadísticos. Así lo manifiesta Jiménez (2010) “El fin principal de la clasificación arancelaria es poder determinar los impuestos o aranceles que se deben de pagar al estado, ya sea por exportar o por ser importados los diversos géneros”.

La clasificación arancelaria es necesaria en los procesos de importación o de exportación, para su mejor entendimiento, el concepto es conocido como una técnica que se utiliza a la par con las características de la mercancía para una correcta y exacta posición de la mercancía en un esquema de clasificación. Tomando como base la Nomenclatura del SA, la cual sirve de apoyo, en este se muestra la estructura que comprende todo un universo de mercancías ordenadas de acuerdo a su naturaleza o bien a la función de la misma.

Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías

El SA fue desarrollado por la OMA, con el propósito de dar una nomenclatura internacional a los productos. Este consiste en la identificación de las mercancías de comercio internacional dentro del SA, y a nivel nacional dentro de la Tarifa de la LIGIE, conforme a un código numérico de seis y ocho dígitos respectivamente, para efecto de determinar la tasa arancelaria aplicable, así como las regulaciones o restricciones no arancelarias⁴ a que se encuentra sujeta a regulación la mercancía.

El SA es usado por más de 200 países para establecer sus Tarifas Arancelarias y para reunir estadísticas sobre el comercio internacional. Alrededor del 98% de las mercancías del comercio internacional están clasificadas en los términos de este sistema.

Este mismo sistema contribuye a estandarizar los procedimientos necesarios en el comercio y los sistemas aduaneros, así como el intercambio de información en las transacciones relativo a sus procedimientos, dando como resultado una disminución sustancial de costos en el comercio internacional.

El uso del SA se extiende desde los gobiernos de cada país, organismos internacionales hasta el sector privado con muchos propósitos dentro de los cuales destaca: impuestos internos, políticas comerciales, monitoreo y control de bienes, reglas de origen, tarifas en fletes, estadísticas de transporte, monitoreo de precios, cuotas de control, recopilación de las cuentas nacionales e investigación económica. El sistema armonizado de designación y codificación de mercancías es un lenguaje económico universal y codificación de bienes, es una herramienta indispensable del comercio internacional.

El sistema armonizado es administrado por la Convención Internacional. Es publicado en inglés y francés como idiomas oficiales, y publicado por la Organización Mundial de Aduanas; al igual las notas explicativas como parte de la base de datos, en adición a la nomenclatura, las opiniones sobre el compendio de clasificación y de las notas explicativas, relacionada en orden alfabético y las decisiones tomadas por el comité.

Hablando de la nomenclatura, es el sistema que mediante agrupamientos ordena las mercancías por principios lógicos, científicos y jurídicos. Con fundamento en la Regla Complementaria 2ª del artículo 1 de la LIGIE, está dividida en 21 (Internacional) y 22 (México) Secciones que se identifican con números romanos, ordenados en forma progresiva sin que dicha numeración afecte la codificación de las fracciones arancelarias; 97 (Internacional) y 98 (México) capítulos; 1210 partidas y 8577 subpartidas; y para México, fracciones arancelarias⁵.

Son estas últimas, las que definen su tipo de regulación jurídica. (Carmona López J. M., 2012)

Todo esto mediante agrupaciones específicas de artículos similares, características comunes como se mencionan en la LIGIE en su artículo primero. El sistema se cataloga mediante mercancías genéricas de acuerdo a la ubicación de la misma, por el principio mercancías que sean de uso primario y enseguida las que hayan sido expuestas a alguna transformación o manufactura, de forma que sean mejor identificadas al momento de buscar los artículos ya sea el caso. Es decir, de lo simple a lo complejo.

Ahora bien se entiende por Sección, aquello que comprende mediante agrupamientos lógicos parte de un universo de mercancías con características en común; por otro lado sus textos son únicamente de valor indicativo para la ubicación de las mercancías. Los capítulos son la principal división de las mercancías mencionadas en las Secciones, ellos comprenden un grupo más específico de mercancías atendiendo a los mismos principios lógicos de agrupamiento y también sus textos tienen un valor indicativo.

Partidas y Subpartidas son las que designan el alcance, limite y contenido de cada Sección, Capítulo, Partida y Subpartida. Las fracciones, a este nivel se expresa la definición de la mercancía, el impuesto aplicable, así como las regulaciones y restricciones no arancelarias.

Aspectos a considerar en una clasificación

Para lograr una correcta clasificación, es necesario tomar en consideración algunos puntos importantes, como lo son: la Merceología, las reglas generales, sus notas legales, las notas explicativas; que dan como resultado, llegar a una fracción arancelaria bien sustentada sin temor a equivocarse para saber su carga arancelaria, así como la no arancelaria.

Merceología

La Merceología es un neologismo que tiene por objeto el estudio de las mercancías, describiendo su historia, origen (natural, artificial; animal, vegetal o mineral), características físicas (densidad, maleabilidad, ductilidad, conductividad, entre otros), características químicas (color, sabor, olor), alteraciones (cambios climáticos, luz, calor, humedad, frío), y propiedades (utilización, producción y continentes donde se transportan).

Algunos dicen que “Es la técnica para determinar la composición física-química de los productos, este término se ha venido utilizando en las aduanas” (Sontay Chávez, 2007). De esta manera es de vital importancia el estudio de la mercancía a fondo, haciendo uso de esta técnica. A medida que vamos clasificando, este primer paso, como se ha mencionado, nos permite conocer desde el origen, pasando por las características ya sea por su origen animal, vegetal o mineral, incluso el método de elaboración, la tecnología empleada según sea el caso, hasta su función, diseño.

Es de vital importancia hacer tres preguntas básicas: ¿Qué es?, ¿Para que fue hecho? Y ¿De qué está hecho? Por medio de este método, las diversas mercancías son más comprensibles para su exacta clasificación, y la Nomenclatura como se mencionó anteriormente comprende grupos específicos en los cuales comprende a la mercancía en cuestión.

Reglas Generales

Las Reglas Generales son las que establecen los principios generales que rigen el SA de las mercancías. Son seis, como las estudiaremos a continuación:

Regla General No. 1

La Regla General 1 sirve para determinar, que los títulos de las Secciones y Capítulos solo tiene un valor indicativo, lo que le da el alcance legal a la clasificación son las Notas Legales, como lo establece el artículo 2 de la LIGIE, que menciona:

Los títulos de las Secciones, de los Capítulos o de los Subcapítulos sólo tienen un valor indicativo, ya que la clasificación está determinada legalmente por los textos de las partidas y de las Notas de Sección o de Capítulo y, si no son contrarias a los textos de dichas partidas y Notas, de acuerdo con las Reglas siguientes:

La nomenclatura presenta en forma sistemática las mercancías que son objeto de comercio internacional.

Agrupar estas mercancías en Secciones, Capítulos y Subcapítulos con títulos tan concisos como ha sido posible, indicando la clase o naturaleza de los productos que en ellos se incluyen. Pero, en muchos casos, ha sido materialmente imposible englobarlos todos o enumerarlos completamente en dichos títulos, a causa de la diversidad y número de los artículos.

La Regla 1 comienza pues, disponiendo que los títulos sólo tienen un valor indicativo. Por tanto, de ellos no puede deducirse ninguna consecuencia jurídica para la clasificación.

La segunda parte de la Regla prevé que la clasificación se determine:

- Según el texto de las partidas y de las Notas de Sección o Capítulo, y
- Si fuera necesario, según las disposiciones de las Reglas 2, 3, 4 y 5, si no son contrarias a los textos de dichas partidas y notas.

El apartado III) a) no necesita aclaración y numerosas mercancías pueden clasificarse en la Nomenclatura sin que sea necesario recurrir a las demás Reglas Generales (por ejemplo, los caballos vivos (partida 01.01), o las preparaciones y artículos farmacéuticos a que se refiere la Nota 4 del Capítulo 30 (partida 30.06))

En el apartado III) b), la frase si no son contrarias a los textos de dichas partidas y Notas está destinada a precisar, sin lugar a equívoco, que el texto de las partidas y de las Notas de Sección o de Capítulo tiene prioridad sobre cualquier otra consideración para determinar la clasificación de una mercancía. Por ejemplo, en el Capítulo 31, las Notas disponen que ciertas partidas sólo comprenden determinadas mercancías. Esto significa que el alcance de estas partidas no puede ampliarse para abarcar mercancías que, de otra forma, se incluirían en ellas por aplicación de la Regla 2 b). (Honorable Congreso de la Unión, 2013)

Regla General No. 2

Esta regla nos habla de cómo debemos clasificar las mercancías según dos criterios, para cuando se traten de mercancías terminadas o aun sin terminar; y para aquellas mercancías mezcladas o asociadas con otras materias. Citamos de igual manera el artículo 2 de la LIGIE.

- a) Cualquier referencia a un artículo en una partida determinada alcanza al artículo incluso incompleto o sin terminar, siempre que éste presente las características esenciales del artículo completo o terminado. Alcanza también al artículo completo o terminado, o considerado como tal en virtud de las disposiciones precedentes, cuando se presente desmontado o sin montar todavía.
- b) Cualquier referencia a una materia en una partida determinada alcanza a dicha materia, incluso mezclada o asociada con otras materias. Asimismo, cualquier referencia a las manufacturas de una materia determinada alcanza también a las constituidas total o parcialmente por dicha materia. La clasificación de estos productos mezclados o de estos artículos compuestos se efectuará de acuerdo con los principios enunciados en la Regla 3. (Honorable Congreso de la Unión, 2013)

Regla General No. 3

Si la mercancía a clasificar pudiera tener dos o más partidas por ser un producto mezclado o asociado como lo marca la Regla 2b, aplicamos lo siguiente:

Cuando una mercancía pudiera clasificarse, en principio, en dos o más partidas por aplicación de la Regla 2 b) o en cualquier otro caso, la clasificación se efectuará como sigue:

- La partida con descripción más específica tendrá prioridad sobre las partidas de alcance más genérico. Sin embargo, cuando dos o más partidas se refieran, cada una, solamente a una parte de las materias que constituyen un producto mezclado o un artículo compuesto o solamente a una parte de los artículos, en el caso de mercancías presentadas en juegos o surtidos acondicionados para la venta al por menor, tales partidas deben considerarse igualmente específicas para dicho producto o artículo, incluso si una de ellas lo describe de manera más precisa o completa;
- Los productos mezclados, las manufacturas compuestas de materias diferentes o constituidas por la unión de artículos diferentes y las mercancías presentadas en juegos o surtidos acondicionados para la venta al por menor, cuya clasificación no pueda efectuarse aplicando la Regla 3 a), se clasificarán según la materia o con el artículo que les confiera su carácter esencial, si fuera posible determinarlo;
- Cuando las Reglas 3 a) y 3 b) no permitan efectuar la clasificación, la mercancía se clasificará en la última partida por orden de numeración entre las susceptibles de tenerse razonablemente en cuenta. (Honorable Congreso de la Unión, 2013)

Regla General No. 4

Cuando los productos son de reciente creación, innovadores, que no hay referente cercano por su grado de invención, se deberá ocupar esta regla de la siguiente manera:

Las mercancías que no puedan clasificarse aplicando las Reglas anteriores, se clasificarán en la partida que comprenda aquellas con las que tengan mayor analogía...

- La clasificación de acuerdo con la Regla 4 exige la comparación de las mercancías presentadas con mercancías similares para determinar las más análogas a las mercancías presentadas. Estas últimas se clasificarán en la partida que comprenda los artículos con los que tengan mayor analogía. (Honorable Congreso de la Unión, 2013)

Regla General No. 5

Por otro lado, si la mercancía se presenta ante la aduana con estuches, continentes u otros tipo de envase, se aplica lo que establece la misma regla.

Además de las disposiciones precedentes, a las mercancías consideradas a continuación se les aplicarán las Reglas siguientes:

- Los estuches para cámaras fotográficas, instrumentos musicales, armas, instrumentos de dibujo, collares y continentes similares, especialmente apropiados para contener un artículo determinado o un juego o surtido, susceptibles de uso prolongado y presentados con los artículos a los que estén destinados, se clasificarán con dichos artículos cuando sean de los tipos normalmente vendidos con ellos. Sin embargo, esta Regla no se aplica en la clasificación de los continentes que confieran al conjunto su carácter esencial;
- Salvo lo dispuesto en la Regla 5 a) anterior, los envases que contengan mercancías se clasificarán con ellas cuando sean de los tipos normalmente utilizados para esa clase de mercancías. Sin embargo, esta disposición no es obligatoria cuando los envases sean susceptibles de ser utilizados razonablemente de manera repetida. (Honorable Congreso de la Unión, 2013)

Regla General No. 6

En última instancia, si las reglas anteriores no han servido para clasificar la mercancía en cuestión, se aplicará la misma con el uso del principio *mutatis mutandis* que significa, cambiar lo que se tenga que cambiar para aplicar las reglas pero ahora de una manera más flexible, como lo dicta la LIGIE.

La clasificación de mercancías en las subpartidas de una misma partida está determinada legalmente por los textos de estas subpartidas y de las Notas de subpartida así como, *mutatis mutandis*, por las Reglas anteriores, bien entendido que sólo pueden compararse subpartidas del mismo nivel. A efectos de esta Regla, también se aplican las Notas de Sección y de Capítulo, salvo disposición en contrario. (Honorable Congreso de la Unión, 2013)

Notas Legales

Las Notas Legales, son las que definen el alcance, límites y contenidos de cada sección, capítulo, partida y subpartida. Estas son las que le dan el sustento legal a nuestra clasificación.

Notas Explicativas

Consisten en comentarios sobre el alcance de cada partida; constituyen una Enciclopedia Merceológica, que para efectos arancelarios, presenta descripciones de las mercancías, sus propiedades, utilización y métodos de obtención de las mismas. Su aplicación en México es obligatoria, de conformidad con la Regla 3ª. Complementaria, fracción II del Artículo 2º de la LIGIE.

7.3 Aplicación del método

Como nuestro objetivo, es poder aplicar el método deductivo en la clasificación de mercancías, y para que quede claro, haremos uso de un caso práctico. La mercancía a clasificar es:

Descripción de la mercancía: Ventilador de pedestal de uso doméstico de 110 watts, que se presenta desarmado en una caja de cartón, para su transportación. La mercancía se había sometido a una clasificación previa, brindando el siguiente dato: Fracción arancelaria determinada 8414.51.01

A continuación lo resolvemos: Fundamento legal:

Partida 8414 Bombas de aire o de vacío, compresores de aire u otros gases y ventiladores; campanas aspirantes para extracción o reciclado, con ventiladores incorporado, incluso con filtro.

Mi mercancía es un ventilador de pedestal Por lo tanto, se incluye en esta partida.

De conformidad con:

La Regla General 1 del artículo 2 de la LGIE que dispone: ... la clasificación está determinada legalmente por los textos de las partidas y de las Notas de Sección o de Capítulo...

Ni las Notas de Sección ni las de Capítulo establecen disposiciones en contrario.

La Regla General 2 a) del artículo 2 de la LGIE que establece: Cualquier referencia a un artículo en una partida determinada... Alcanza también al artículo completo o terminado, o considerado como tal en virtud de las disposiciones precedentes, cuando se presente desmontado o sin montar todavía.

Mi producto se presenta desarmado en una caja de cartón. Por lo tanto, se acoge a esta regla.

Subpartida 8414.51 Ventiladores de mesa, pie, pared, cielo raso, techo o ventana, con motor eléctrico incorporado de potencia inferior o igual a 125 watts.

Mi mercancía es un ventilador de pedestal de 110 watts.

Por lo tanto, mi producto está contemplado en esta subpartida. De conformidad con:

La Regla Complementaria 3ª., del artículo 2 de la LGIE, que establece:

Para los efectos de interpretación y aplicación de la Nomenclatura de la TIGIE, conjuntamente con la SHCP dará a conocer mediante Acuerdos que se publicarán en el DOF, las Notas Explicativas de la Nomenclatura así como sus modificaciones posteriores, cuya aplicación es obligatoria para determinar la subpartida correspondiente.

Indicándonos el apéndice B de las Notas Explicativas de la partida 8414 que establece:

B. Ventiladores. En su párrafo quinto dice:

Se clasifican igualmente en el presente grupo los ventiladores de viviendas (ventiladores de mesa, ventiladores de pared, ventiladores diseñados para empotraren paredes o ventanas, etc.); estos aparatos llevan, a veces, mecanismos de oscilación o de basculación.

La mercancía a clasificar es, ventilador de pedestal de uso doméstico.

Por lo tanto, mi bien está contemplado en este apartado de la Nota Explicativa de la Partida 8414.

Podemos decir, que la fracción previamente aportada es correcta en virtud de que cada una de las características de la mercancía, coinciden con la norma jurídica aplicable. Dando como resultado, la determinación y coincidencia de la Fracción arancelaria: 8414.51.01 Ventiladores, de uso doméstico.

7.4 Conclusiones

Podemos concluir, que la clasificación arancelaria de las mercancías de comercio internacional se torna a veces de manera difícil para llegar a la determinación de una fracción arancelaria. Como ya lo hemos mencionado, esta nos aporta las obligaciones de carácter fiscal, así como aquellos requisitos en materia de comercio exterior.

Por otro lado, el uso del Método Deductivo en esta actividad nos aporta la certeza de lo que estamos haciendo, pero por sobre todas las cosas, nos da la certeza jurídica, sin temor a equivocarnos, de cumplir de manera efectiva lo que dictan las normas jurídicas que regulan el comercio exterior en México.

Este Método, nos lleva paso a paso y nos permite hacer un análisis lógico-jurídico para la determinación correcta de la fracción arancelaria. Quien haga uso del mismo, podrá desentrañar la voluntad del legislador al momento de crear la norma jurídica. Además cumplirá con la interpretación jurídica que enmarca el artículo 5 del CFF.

7.5 Referencias

Carmona López, J. M. (2007). Analisis de las reglas generales, reglas complementarias y notas legales de los copolimeros, textiles, metales, maquinas, aparatos e instrumentos y sus partes. México.

Carmona López, J. M. (2012). Ley de los Impuestos Generales de Importacion y Exportacion. Mexico.

Carvajal, L. (2013). El método deductivo de investigación. Mexico: Editores.

Crespo, J. L. (2013). eumed.net. Obtenido de eumed.net:
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1184/index.htm>

Honorable Congreso de la Unión. (2013). Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación. México D.F., D.F., México: Diario Oficial de la Federación.

Kaye & Kaye. (2006). Nuevo Derecho Procesal Fiscal y Administrativo. México D.F.: Themis.

Montaleza, C. (2013). eumed.net. Obtenido de eumed.net:
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1184/index.htm>

Ponce de León Armenta, L. (2004). Metodología del Derecho. México, D.F.: Porrúa. Rhode Ponce, A. (2005). Derecho Aduanero Mexicano. México D.F.: ISEF.

Roa, G. M. (2012). eumed.net. Obtenido de eumed.net:
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2011b/949/metodo%20de%20estudio%20aspectos%20normativa%20internacional.htm>

Sontay Chávez, L. (1 de Noviembre de 2007). Clasificando mercancías. Recuperado el 29 de Noviembre de 2013, de www.clasificandomercancias.blogspot.mx
Tributaria, S. d. (s.f.).

Villafuerte, D. B. (2012). eumed.net. Obtenido de eumed.net:
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/816/METODO%20HIPOTETICO%20DEDUCTIVO.htm>

La cultura organizacional y su impacto en el cliente interno

Janet Merino

J. Merino

Universidad Tecnológica de Izúcar de Matamoros Prolongación Reforma 168 Barrio Santiago Mihuacán C.P. 74420.
Izúcar de Matamoros, Puebla
Janfel74@hotmail.com

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

Izúcar de Matamoros is considered the “door” to la Mixteca Poblana due to its strategic location; it is located between the states of Morelos, Guerrero and Oaxaca; that’s why, the hotel industry is vital for travelers who move from the states mentioned to the capital and vice versa. The aim of this research was to analyze the organizational culture of the hotels, specifically two hotels; the first one is located in the west area and the second one in the north area of Izucar de Matamoros through direct observation and face -to -face unstructured interviews and measuring instruments applied to the internal customer.

When analyzing the results, it was determined to develop a model of human capital empowerment axiology and organizational culture in order to implement it in the organization with the primary objective of empowering the human capital through axiology and gain a competitive advantage in market.

Although the region has not been recognized to the organizational culture as part of the process to succeed because it is not something tangible, It is still present and permanent. This project will be the basis to support the organizational culture by Axiological Model and take it to a competitive advantage in the development sector.

8 Introducción

Cújar y Ramos (2013) reconocen que hoy en día la cultura organizacional adquiere suma importancia en el interior de las organizaciones, por lo que ha sido centro de numerosas investigaciones por muchos autores.

Los enfoques sobre cultura organizacional varían desde las diferentes manifestaciones culturales: valores, creencias, ritos, historias, etc., hasta el rol del gerente como emisor de la cultura de las organizaciones.

Por lo tanto, el objetivo de esta investigación fue analizar la cultura organizacional del sector hotelero en el caso específico de dos hoteles: uno ubicado en la zona poniente y el otro en la zona norte de Izúcar de Matamoros, Pue., teniendo como resultado un bajo compromiso e identificación con la filosofía organizacional, calidad en el servicio al cliente no adecuada; como también el compromiso de la gerencia hacia su cliente interno, ya que, la toma de decisiones, el control, la comunicación y el ambiente de trabajo no eran prioritarios.

Después de haber analizado el resultado de las entrevistas y observaciones en la empresa, se determinó desarrollar un modelo de empoderamiento del capital humano en axiología y cultura organizacional, con la finalidad de concientizar a la organización, empoderar al capital humano mediante la axiología y de manera paralela se trabajó con la gerencia en la utilización de técnicas administrativas.

8.1 Metodología

Con el objetivo de analizar la cultura organizacional del sector hotelero en Izúcar de Matamoros, Puebla, se realizó una investigación empírica, para lo que se visitaron solo hoteles, preguntando si permitirían trabajar en una indagación como ésta.

Después de entrevistarse con gerentes o representantes de los diversos hoteles, existió el consentimiento solo por parte de dos hoteles: uno ubicado en la zona poniente y el otro en la zona norte de Izúcar de Matamoros, Pue., los cuales se pusieron a la disposición.

La investigación de tipo cuantitativa y cualitativa con un diseño de investigación descriptivo (survey study) ya que se analizó si el cliente interno reconoce o identifica la cultura organizacional. Esta se realizó mediante la aplicación de una encuesta utilizada como instrumento, así como también considerando la entrevista cara a cara y observación directa.

La población fueron los quince trabajadores del hotel en sus diferentes ubicaciones zona poniente y norte, lo cual se consideraron en su totalidad puesto que la población es pequeña y de fácil acceso. La muestra la conforman directivos y cliente interno operativo, puesto que se consideran parte fundamental de la empresa tanto cuantitativa como cualitativamente, en donde realmente permea la cultura de la organización. Siendo esta una investigación de campo no experimental para el desarrollo de este proyecto se elaboró una encuesta, la cual se validó por contenido, puesto que están representados los componentes del dominio de contenido de las variables a medir en dicho instrumento.

Los instrumentos 1 y 2 fueron probados por otras investigaciones Patiño M, Rivera L. (2004). El instrumento 1 “consta de 20 preguntas, donde las preguntas 1, 10, 11, 15 y 16, miden la mejora en la calidad y la productividad; las preguntas 5, 12, 17, 18 miden la adaptación al cambio; las preguntas 6, 7, 13 y 19 miden la comunicación; las preguntas 2, 3, 14 y 20 miden el trabajo en equipo y finalmente las preguntas 4, 8 y 9 miden el desarrollo personal, las opciones de respuesta fueron las mismas, donde, A es en función a lo deseable de los empleados y B es la percepción acerca de la organización, resultados con un fin positivo y negativo”.

En el instrumento 2 se utiliza la escala tipo Likert, con la finalidad de que arroje resultados específicos en la medición, que comprende cuatro respuestas que permiten al cliente interno responder de manera confiable a cada una de las diferentes situaciones que se muestran en el instrumento.

	Totalmente de Acuerdo TA	Parcialmente de Acuerdo	Parcialmente en Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo TD
Pregunta	4	3	2	1
Pregunta	1	2	3	4

De tal forma que una respuesta aprobatoria tiene un puntaje más alto y las respuestas en desacuerdo tienen un puntaje bajo.

El análisis que se realizó es cuantitativo de los datos efectuado mediante una matriz de datos. (Hernández, Fernández y Baptista. 2010, p. 264).

En la observación y la aplicación de la encuesta dos alumnos involucrados en dicho proyecto fueron los encargados de la aplicación, cubriendo el 100% del personal de los hoteles analizados.

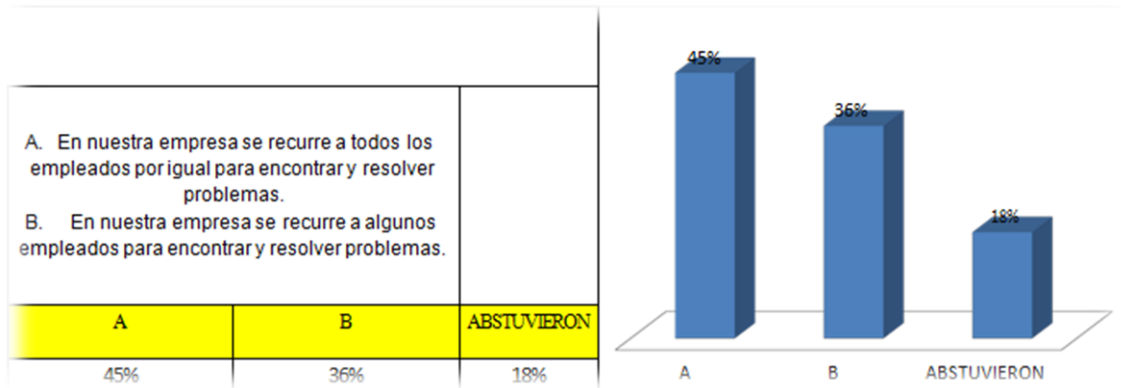
8.2 Resultados

Se describirán los resultados de la entrevista, observación y de la encuesta de medición de la cultura organizacional, instrumento aplicado al cliente interno de la organización.

De lo cual se obtuvieron los siguientes resultados:

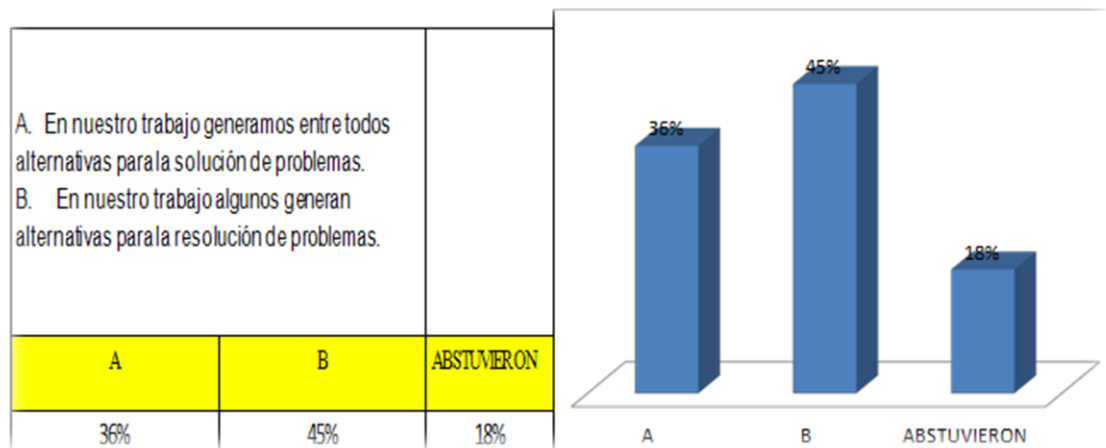
Instrumento 1

Gráfica 8



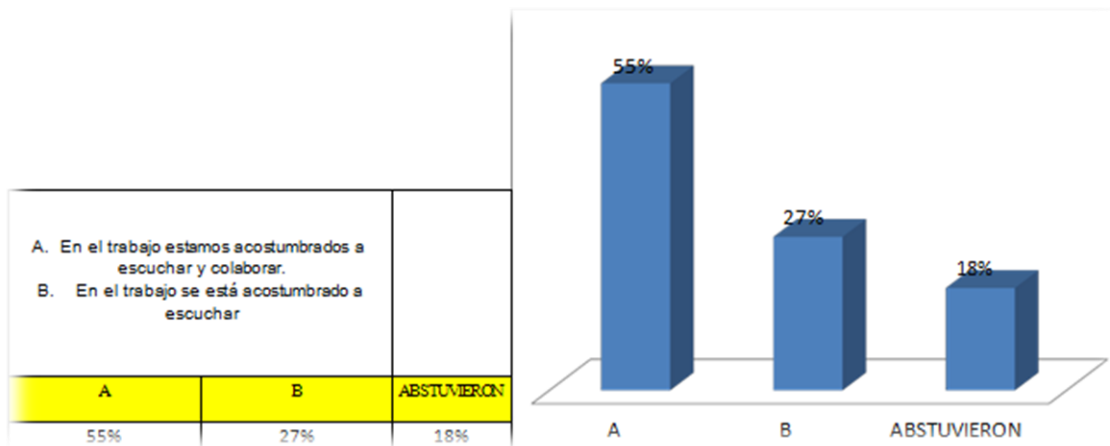
Los resultados obtenidos nos muestran que el 45% del cliente interno consideran que directivos recurren a ellos para encontrar o resolver problemas.

Gráfica 8.1



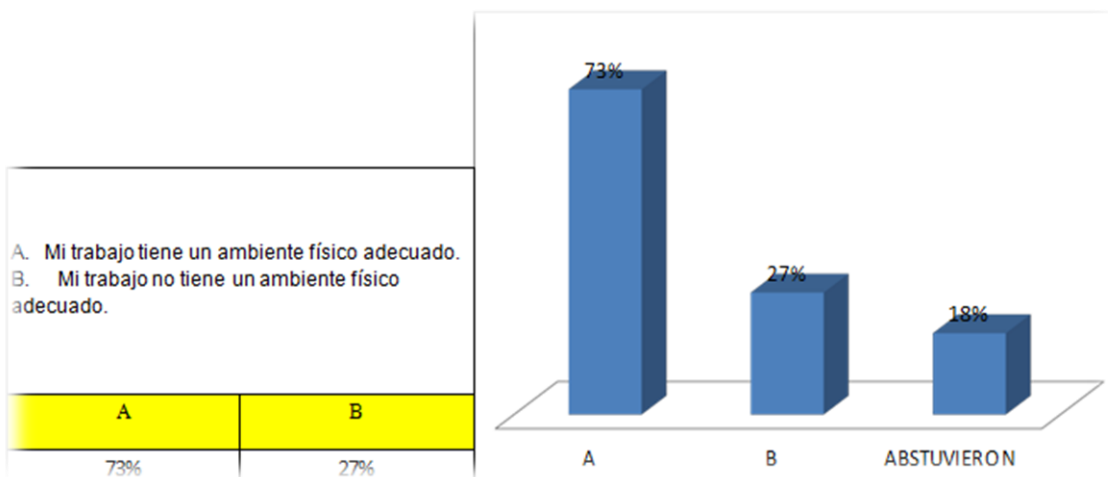
Respondiendo a la pregunta de investigación solamente el 36% considera que entre todos generan alternativas para la resolución de problemas, estos pueden ser solamente referentes a las áreas de trabajo asignadas.

Gráfica 8.2



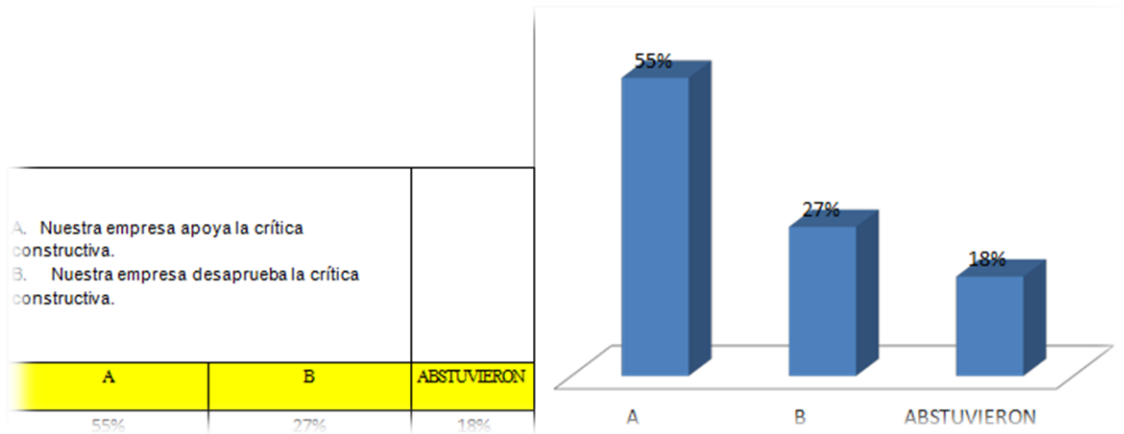
La gráfica nos da como resultado que el 55% del personal encuestado es capaz de escuchar, colaborar con los compañeros y la organización.

Gráfica 8.3



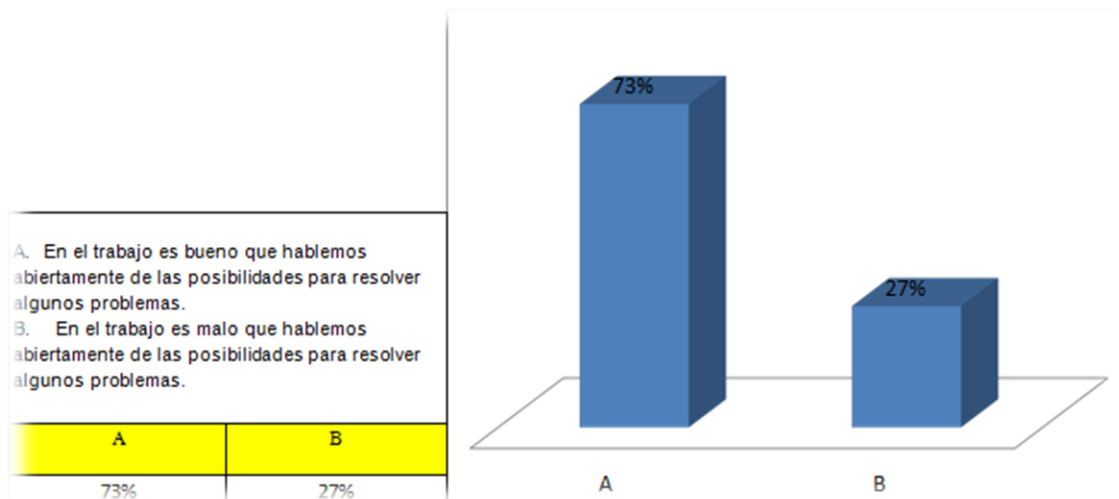
Los resultados nos demuestran que el 73% consideran tener un ambiente físico de trabajo adecuado

Gráfica 8.4



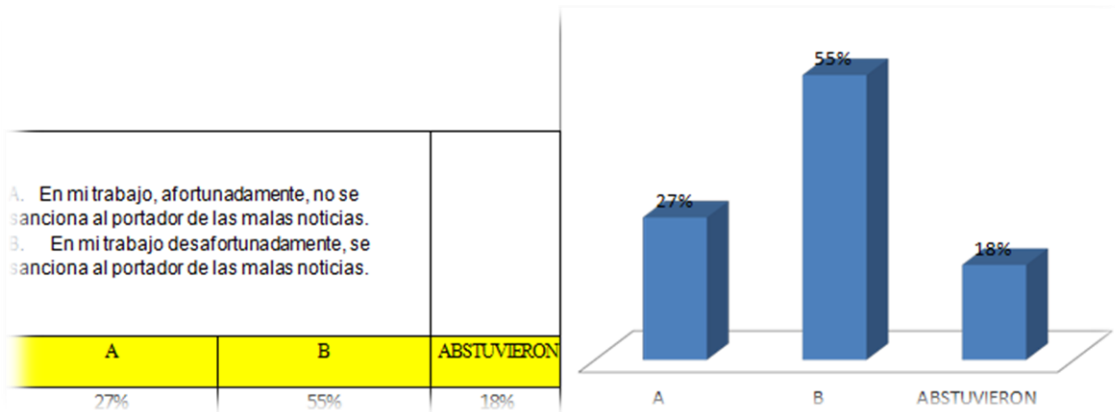
En base a los resultados se puede observar que el 55% reconoce que en la empresa se pueden realizar críticas constructivas por parte del cliente interno.

Gráfica 8.5



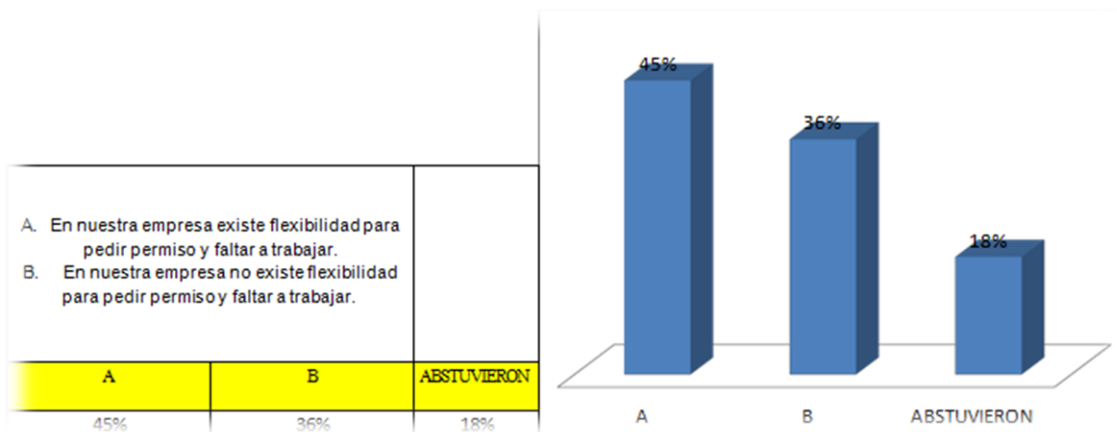
Se detecta en base a la investigación que el 73% acepta que el cliente interno puede hablar abiertamente de posibles soluciones

Gráfica 8.6



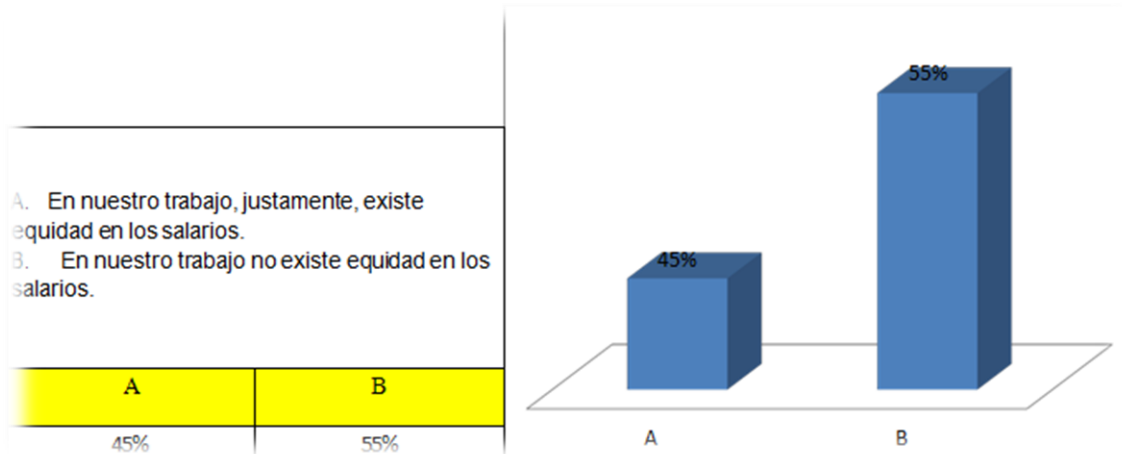
Solo el 27% del cliente interno encuestado afirma que no se sanciona al portador de malas noticias.

Gráfica 8.7



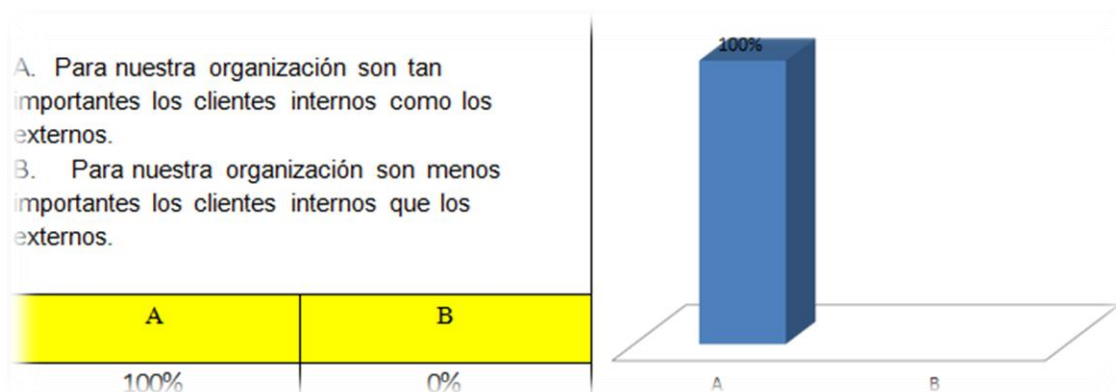
No existe flexibilidad para ausentarse o pedir permiso en la empresa, el 45% coincide en ello.

Gráfica 8.8



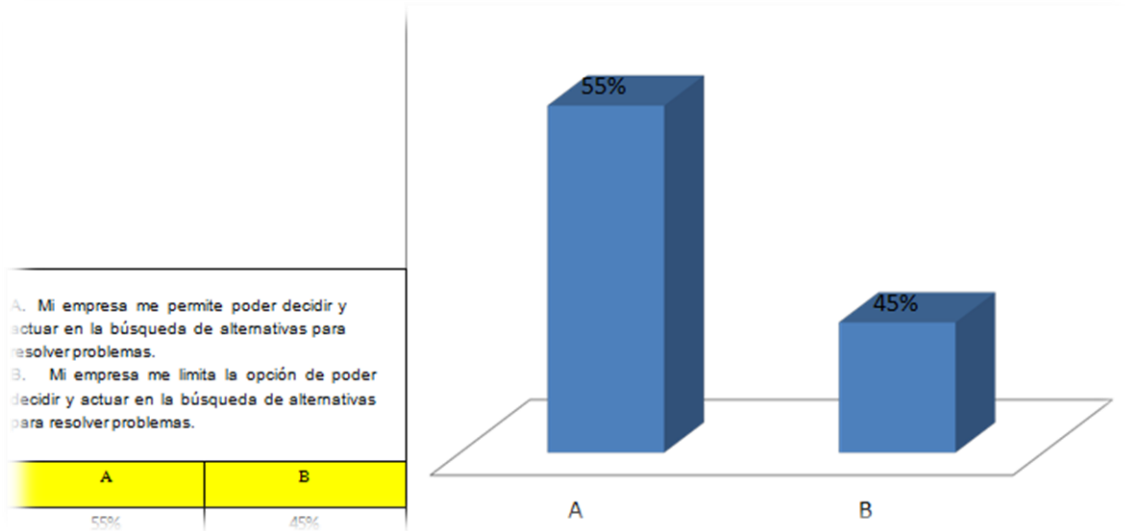
El 45% del personal considera que existe la equidad en los salarios, pero más de la mitad considera lo contrario.

Gráfica 8.9



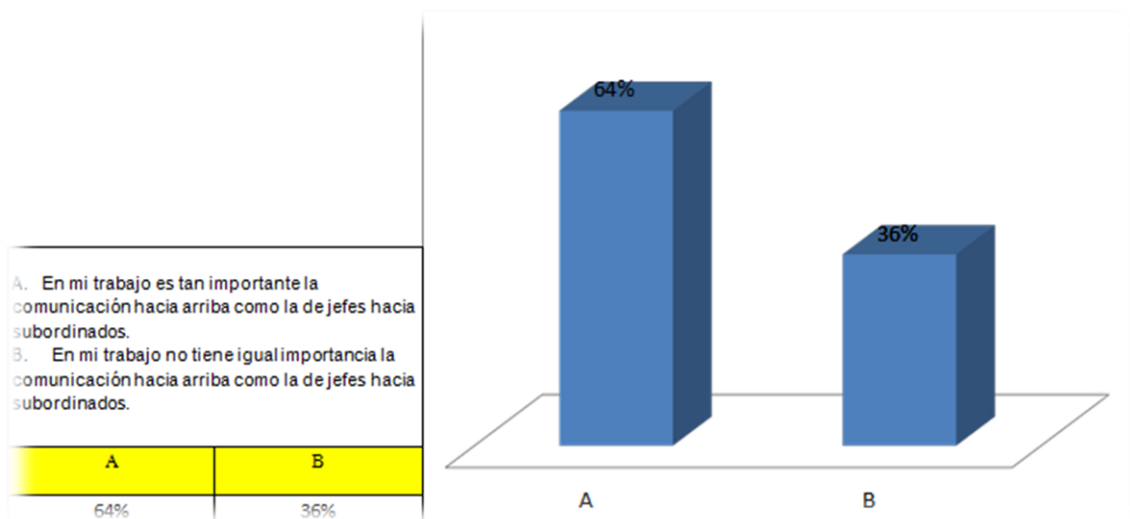
Todo el personal reconoce que en la empresa se considera importante al cliente interno como al externo

Gráfica 8.10



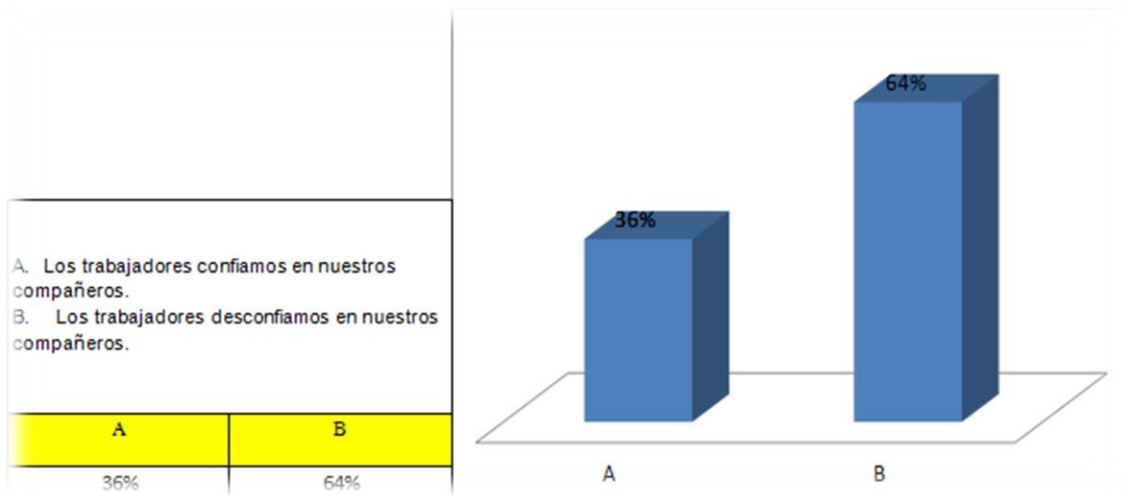
El 55% del personal acepta que la empresa le permite decidir y actuar en la búsqueda de alternativas para resolver problemas.

Gráfica 8.11



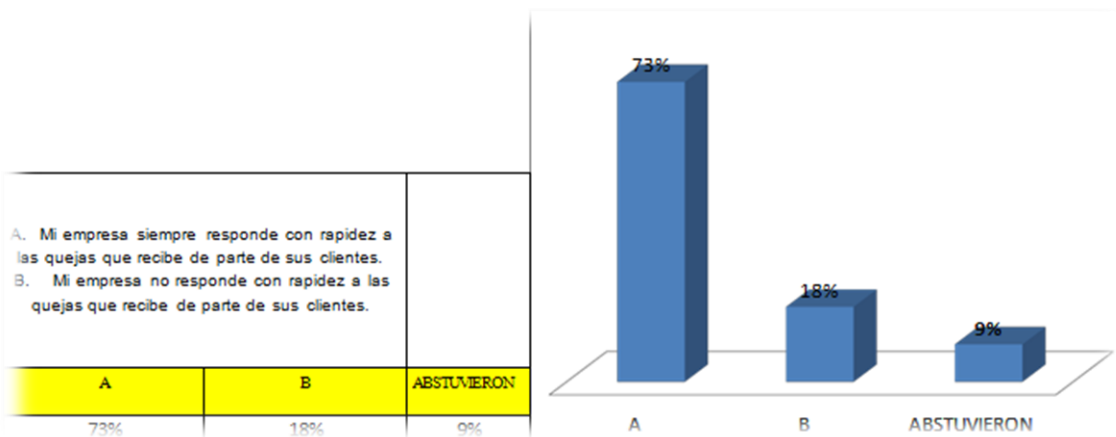
La comunicación en la empresa fluye en ambas direcciones y el personal lo reconoce y se refleja en el 64% obtenido en las encuestas.

Gráfica 8.12



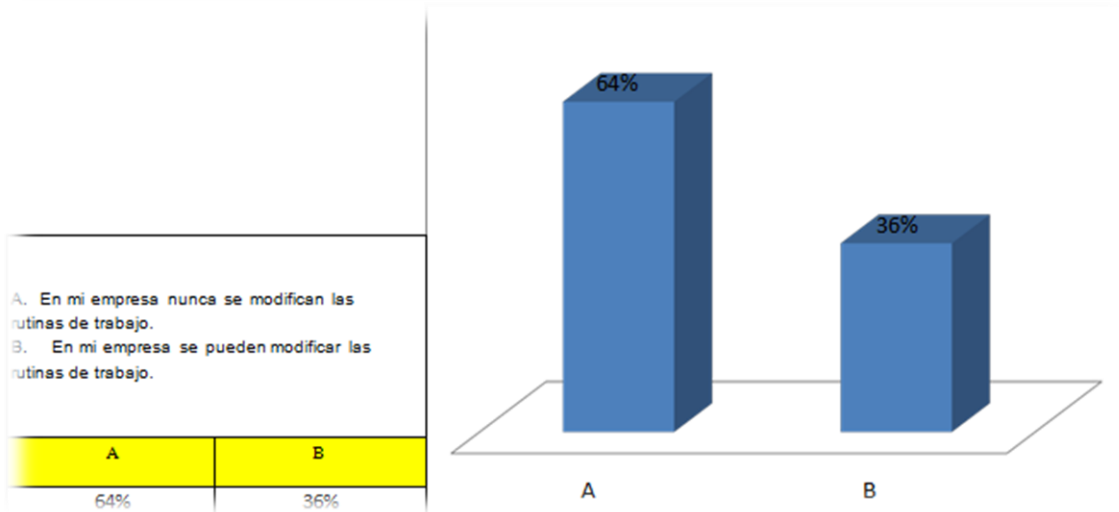
En base a los resultados únicamente el 36% del personal afirma tener confianza de sus compañeros de trabajo.

Gráfica 8.13



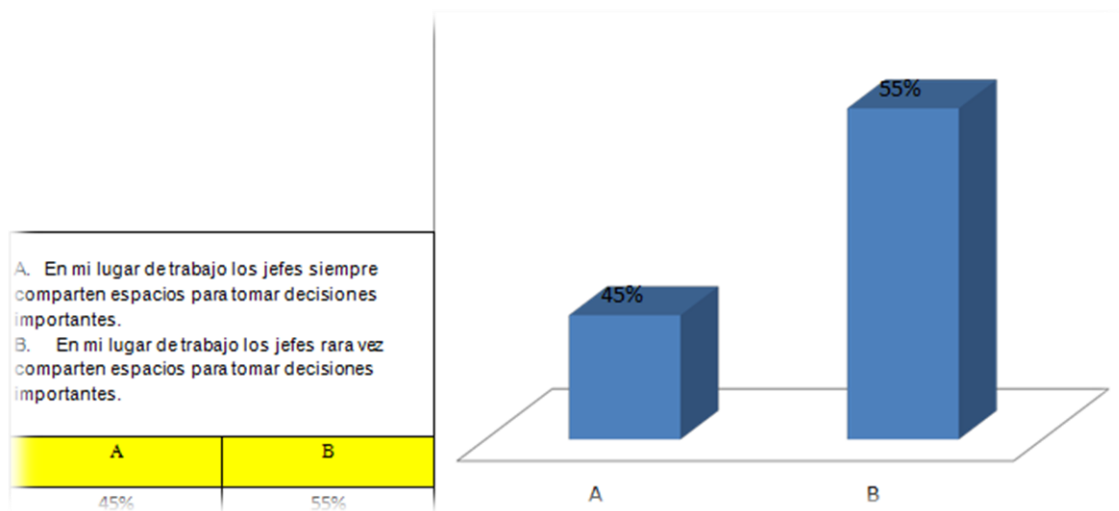
El 73% reconoce que la empresa responde con rapidez a las quejas que recibe de parte de sus clientes.

Gráfica 8.14



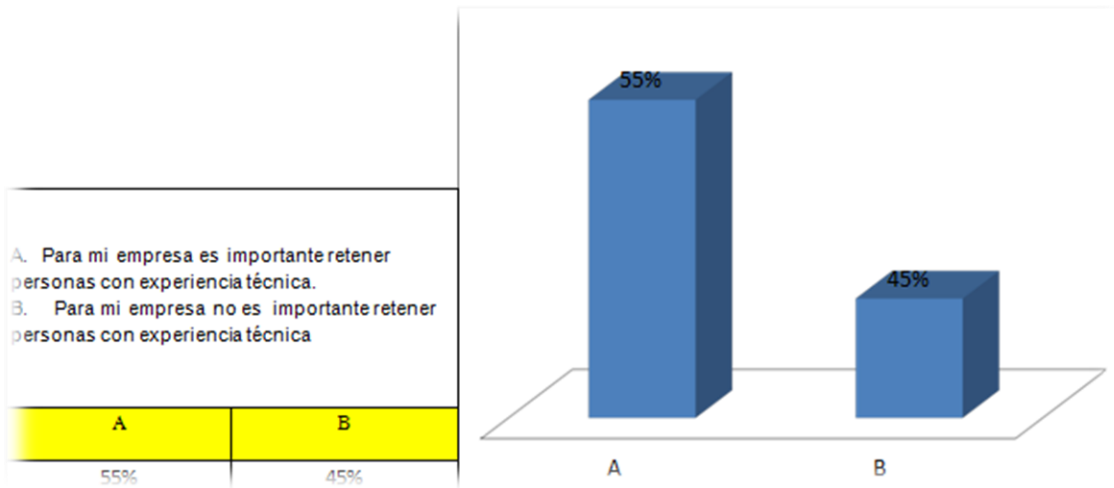
El desarrollo de las actividades en la empresa tiende a ser rutinarias, es lo que 64% de los empleados expresan.

Gráfica 8.15



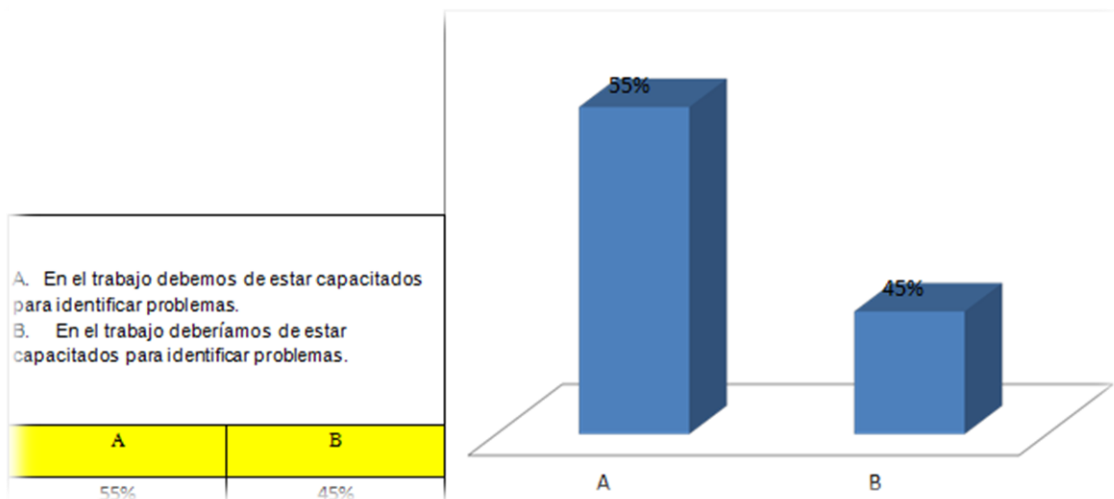
Únicamente el 45% de los encuestados consideran que los jefes comparten espacios para tomar decisiones importantes referentes a la empresa.

Gráfica 8.16



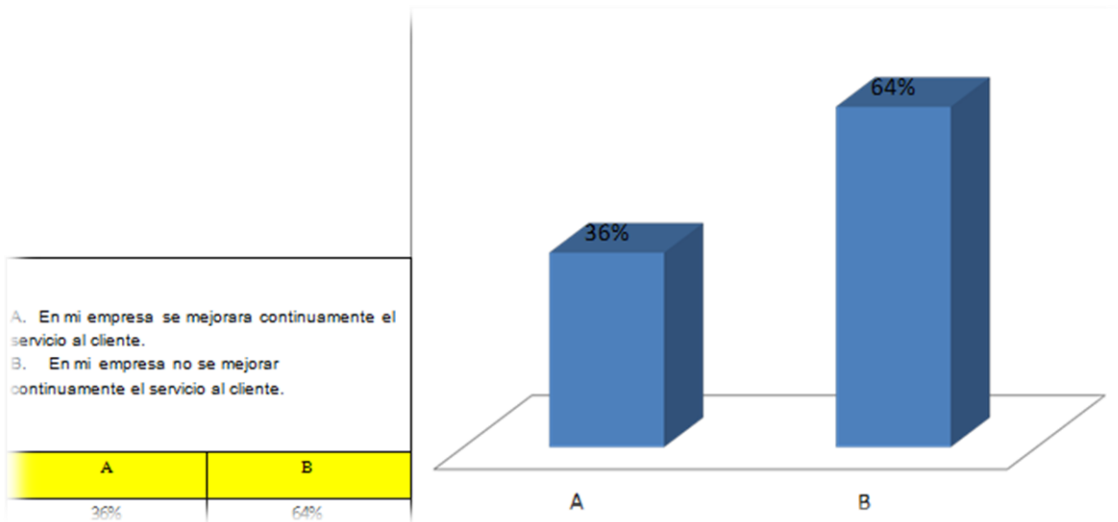
La experiencia técnica en la empresa está siendo priorizada, eso lo demuestra el 55% de los encuestados

Gráfica 8.17



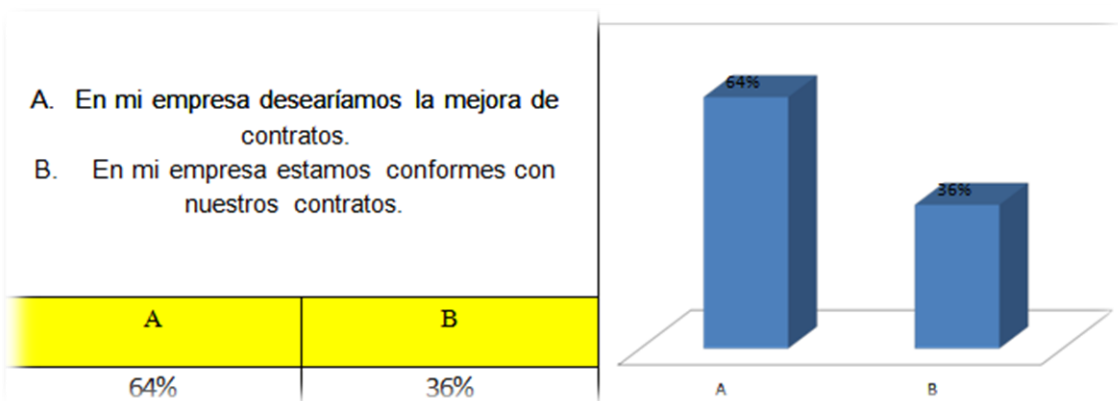
El 55% considera que debía de estar capacitado para poder identificar problemas

Gráfica 8.18



Solamente el 36% del personal considera que el servicio al cliente se puede mejorar

Gráfica 8.19



El 64% del personal encuestado desearía que se mejoraran los contratos

En el instrumento 2:**Tabla 8** Matriz de datos

CLIENTE INTERNO	SUMATORIA DEL INSTRUMENTO 2
C1	23
C2	31
C3	33
C4	23
C5	40
C6	31
C7	51
C8	41
C9	31
C10	30
C11	48
C12	27
C13	35
C14	25
C15	27

Fuente: elaboración propia

En la escala para evaluar la cultura organizacional en la empresa, la puntuación mínima posible es de 15 y la máxima es de 60, en lo que se observa que de los 15 empleados a los que se les aplicó el instrumento 10 están ubicados más hacia una cultura organizacional no favorable.

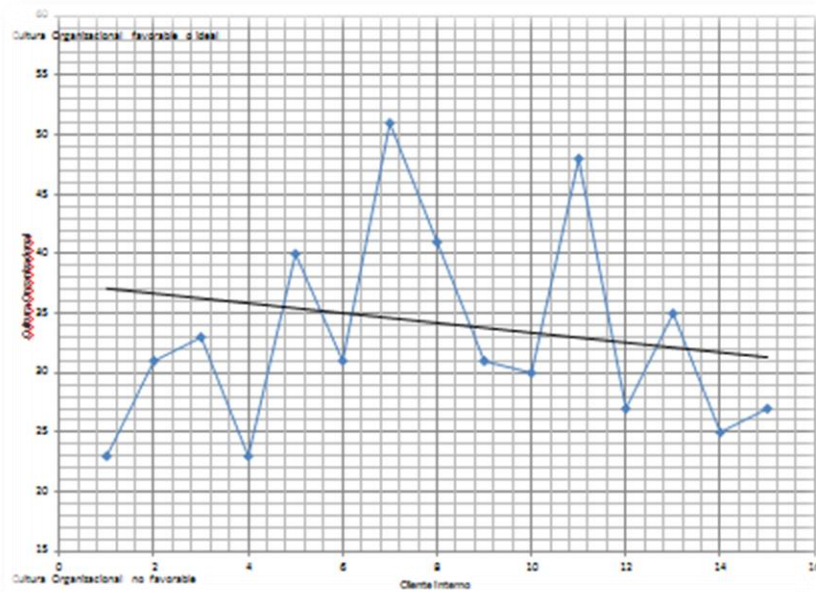
Los resultados plasmados en los gráficos 21 y 22 significan no solo la confirmación de la no-existencia de hábitos, el no compartir los valores institucionales con los del cliente interno, de intercambiar tareas de máxima importancia para todos (poniéndose de manifiesto la presunción del cumplimiento de las tareas sin priorización a la persona), sino también la orientación y comprensión del criterio del cliente interno. No se han generado lazos de confianza entre ellos, lo cual se verá reflejado en el producto, que por el giro de la empresa es: el servicio al cliente externo. Lo anterior se puede analizar mejor gráficamente.

Gráfica 8.20



Fuente: elaboración propia

Gráfica 8.21



En la entrevista y observación se puede plasmar lo siguiente: el cliente interno no conoce o identifica la misión, visión, valores de la empresa, la rotación de personal es muy alta es lo que expresó en la entrevista la propietaria de los hoteles, lo cual es sabedora que esto afecta directamente la economía de la organización, el personal existente desempeña diversas actividades más allá por las que fueron contratadas, ello genera inconformidad, consideran que sus labores no han sido reconocidas o incentivadas por parte de la empresa, lo cual no los hace sentir pertenencia a la misma. En lo referente a la línea de mando, no está clara para el cliente interno, generando confusión entre ellos.

8.3 Discusión y Conclusiones

Todo lo analizado en los hoteles por medio de los instrumentos antes descritos, se demuestra que la cultura no está fundamentada, puesto que los clientes internos no identifican la filosofía organizacional ni a un líder, esto incrementa la rotación o el absentismo del capital humano.

El modelo de empoderamiento del capital humano en axiología y cultura organizacional para la MIPyME, está enfocado en lograr el desarrollo personal del trabajador al tiempo que él se desempeña sus actividades cotidianas dentro de la empresa, el modelo describe el proceso que en muchas ocasiones utiliza la MIPyME para con el capital humano, es decir desde que recibe su curriculum, lo capacita o lo induce a las actividades correspondientes donde el jefe o algún supervisor mide su desempeño, posteriormente el trabajador recibe una remuneración, en algunos casos es reconocida su actividad, así como recibe una capacitación constante y vuelve al ciclo de su desarrollo laboral.

La implementación del modelo axiológico es romper con este paradigma tradicional del capital humano, proporcionándole al trabajador la oportunidad de empoderarse, desarrollar un trabajo personal con objetivos, misión y visión de vida, fundamentado en la motivación, para desarrollar una identidad con la organización y de esta manera a la par, sigue con sus actividades laborales, por lo que el trabajador va consolidando poco a poco los objetivos personales y organizacionales.

Otras recomendaciones que se realizaron a los líderes de la organización son:

- Que se trabaje el empoderamiento del capital humano utilizando como herramienta el modelo Axiológico, mediante una filosofía de valores fundamentada en una cultura organizacional, que sea consistente, integral y que esté animada por un líder.
- Que cotidianamente se promueva, refuerce y dé autoridad a las actividades del trabajo en equipo y que se motive al personal hacia la excelencia y la calidad en todos los quehaceres de la organización.
- Que se valore al cliente interno, esto ayudará a diseñar acciones más precisas sobre lo que la empresa quiere ser en el futuro. Permitirá planificar con criterio estratégico y formular planes de trabajo acertados en función del logro de la visión. Puesto que es muy difícil tratar bien a los clientes externos, si primero no tratamos bien a los internos.
- Establecer criterios gerenciales a tomar en cuenta para abordar los retos del cliente interno y que se promueva la motivación de los empleados hacia su trabajo, como fuente de realización personal y profesional, es lo que generará mayores niveles de concentración y compromiso con resultados, con su seguridad y con la de la organización.
- Generar estrategias de inspiración, sin olvidar las de protección para la organización.

8.5 Referencias

Chiavenato, I. (2011). Comportamiento Organizacional. McGraw Hill. México

Hernández, R. , Fernández, C. , Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. 5ª. Edición. Editorial Mc Graw Hill. Perú

Newstrom, J. W. (2007), Comportamiento humano en el trabajo. Mc Graw Hill. México.

Maslow, A., (1991) Motivación y personalidad. Ediciones Díaz de Santos.

Mcgregor, Douglas. (2006). El Lado Humano de las Empresas. Mcgraw-Hill / Interamericana de México

Cújar, A., Ramos, C., Hernández, J., López, J., (2013). Cultura organizacional: evolución en la medición, [en línea]. Montería, Colombia, recuperado el 26 de septiembre de 2013, de www.elsevier.es/estudios_gerenciales

Crane, T. (2002). *The Heart of Coaching*. San Diego, California: FTA Press. <http://biblioteca.funglode.net.do/Tesis-iglobal/Alta-direccion-publica/ADP%20514%20TESIS,%20T.%20ESPAILLAT,%2010-0070.PDF>

Green, J. A., y Azevedo, R. (2007). A theoretical review of Winne and Hadwin's model of self-regulated learning: New perspectives and directions. *Review of Educational Research*, 77, 334-372.

Hernández, R. y Méndez, V. (2012). Exploración factorial del clima y la cultura organizacional en el marco del modelo de los valores en competencia. *Revista PsiqueMag*. <http://www.ucvlima.edu.pe/psiquemag/pdf/PsiqueMag02.pdf>. Vol. 1 N.º1, 2012 pp. 1 - 37

Ibarra, J., Islas, L. (2008). Cultura laboral y capital organizativo: impacto de las estrategias empresariales contemporáneas. *Revista internacional la nueva gestión organizacional*, año 3, número 6, enero-junio 2008 http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCcQFjAA&url=http%3A%2F%2Fdgsa.uaeh.edu.mx%2Frevistas%2Findex.php%2FICEA%2Farticle%2Fdownload%2F376%2F346&ei=U5csU_ipLuzK0AGP1YC4Cg&usg=AFQjCNGiIy6RJnrY34BDGB4aV24AskHqnA

Patiño, M., Rivera, L. (2004). Diagnóstico Organizacional del Clima Laboral en la Empresa "El Talismán". catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lem/...c.../apendiceA.pdf

Rodríguez, C. Romo, L. (2013) Relación entre Cultura y Valores Organizacionales <http://www.redalyc.org/pdf/944/94427876003.pdf> No. 45, Enero-Junio 2013

Soria, R. (2008) *Emprendurismo, Cultura, Clima y Comunicación Organizacional y su Aplicación a la Pequeña y Mediana Empresa en la Zona Metropolitana de Guadalajara, México*. Editorial: www.eumed.net/libros/2008c/432/. Universidad de Málaga, España.

La estructura del consejo, el control accionario y la divulgación de información corporativa

Guadalupe Briano, Esther Castañón, Virginia Azuara y María Ávila

G. Briano, E. Castañón, V. Azuara y M. Ávila
Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Alvaro Obregon 64, Centro histórico, 78000 San Luis Potosí.
guadalupe.briano@uaslp.mx

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

The objective of this paper is to obtain empirical evidence of the relationship between board composition, ownership concentration, and the level of corporate governance transparency in the most liquid listed companies of Latin America. The results show that the level of corporate transparency increases when the board is composed of a greater number of members, as well as a higher percentage of independent directors. Meanwhile, the concentration of ownership inhibits the level of transparency on corporate governance.

9 Introducción

El tema de gobierno corporativo (GC) ha alcanzado especial relevancia para diversos colectivos. Así también, este tema ha despertado un gran interés en el entorno internacional, y surge como respuesta a la demanda de una mayor transparencia corporativa en el mercado. Un enfoque importante de investigación enfatiza la influencia que el GC pueden ejercer sobre la transparencia corporativa (García-Lara, García-Osma y Penalva, 2007). El GC crea una estructura de diálogo entre la empresa y sus stakeholders⁹, con el objetivo de que éstos obtengan un entendimiento de las metas estratégicas y operacionales de la compañía (Chan y Cheung, 2011). Esta información no necesariamente tiene que ser requerida por la normativa impuesta por las autoridades en el mercado de valores, sino que la empresa es la responsable de emitir información relevante de aquellos eventos que podrían impactar en el valor de la empresa (Pahuja y Bhatia, 2010). La transparencia corporativa ha sido adoptada como uno de los principios rectores del buen gobierno por importantes instituciones como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y la Corporación Financiera Internacional (IFC).

El presente estudio analiza el impacto del consejo de administración (CA) y la estructura de la propiedad sobre el nivel de transparencia en GC. Para ello, hemos de centrar el estudio en cuatro economías emergentes que capturan el 70% de la capitalización del mercado Latinoamericano: Argentina, Brasil, Chile y México (Diamandis y Drakos, 2011). Latinoamérica ofrece un escenario ideal para esta ya que se caracteriza por una débil protección a los accionistas minoritarios, siendo las empresas familiares las que actúan como un sustituto en la ausencia de un sistema legal fuerte (Matin de Holan y Sanz, 2006). A través de un estudio longitudinal que cubre el periodo 2004-2010, así como la aplicación de un índice de divulgación en GC a cada uno de los informes anuales emitidos por las empresas seleccionadas, el trabajo visualiza qué países han optado por divulgar más información relacionada con el buen gobierno. Las variables explicativas en nuestro modelo las hemos agrupado en dos categorías. Por un lado, las que se refieren a la estructura del CA en aspectos relacionados a su tamaño, composición, dualidad CEO-CEO¹⁰ y la participación femenina en el CA. Por otro lado, las dimensiones de la estructura de propiedad (% de concentración de propiedad) y el patrón de propiedad (concentrado o disperso). La variable a explicar o dependiente es el nivel de transparencia en GC.

Se han incluido además las variables de control referidas al tamaño de la empresa, nivel de endeudamiento, rentabilidad, años de cotización en el mercado de valores (edad de la empresa) y sector industrial. El trabajo pretende responder a las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Los atributos del CA en empresas cotizadas Latinoamericanas inciden en el nivel de transparencia de GC?
2. ¿Cómo influye la estructura de la propiedad en el nivel de transparencia en GC?

⁹ Se refiere a los empleados, clientes, proveedores, acreedores, comunidad y el público en general (Hill y Jones, 1992).

¹⁰ Se refiere a la situación en que las posiciones del presidente del consejo (COB) y el director general (CEO) son ocupadas por la misma persona.

Se empleará la metodología regresión lineal múltiple con errores estándar corregidos, para identificar las dimensiones de GC que inciden sobre el índice de transparencia. A pesar de que existe un amplio cuerpo de investigación que ha puesto atención en el impacto que tienen las dimensiones de GC sobre el nivel de transparencia, son limitados los estudios que se centran en la divulgación de información sobre GC en economías emergentes. El presente estudio es pionero en comparar cuál ha sido el comportamiento en materia de transparencia en GC, identificando si el CA y la estructura de propiedad son factores que inciden en el índice de transparencia en GC. Anticipamos que nuestros resultados podrían ser un referente para los responsables de emitir las políticas y lineamientos en materia de GC, así como para las empresas bajo estudio. El trabajo está dividido en cuatro secciones. En la primera de ellas se desarrollan los antecedentes teóricos y las hipótesis de estudio. La segunda sección describe la muestra del estudio, las herramientas metodológicas y el modelo empírico a probar. En la sección tres se discuten y analizan los resultados descriptivos y empíricos. En la cuarta sección, se muestran las conclusiones del estudio y las futuras líneas de investigación.

Antecedentes teóricos

La transparencia corporativa se refiere a “la divulgación de información específica por parte de una empresa a aquellos ajenos a la misma”, siendo un factor determinante en la eficiente asignación de recursos y el crecimiento de la economía (Bushman, Piotroski y Smith, 2004). Las nuevas regulaciones, necesidades y exigencias cada vez mayores para la transparencia, han incentivado a las empresas a seguir nuevas tendencias en la diseminación de información corporativa, con el fin de cumplir con las “mejores prácticas” que recogen aspectos relacionados a los informes narrativos, la inclusión del informe de la gestión, los informes de GC y responsabilidad social, información financiera y no financiera, comparabilidad en el tiempo, entre otros (Dragomir y Cristina, 2009).

La relación entre GC y transparencia es clara en la percepción del público y los reguladores, por lo que ha existido un incremento en la transparencia con el objeto de mejorar la gobernanza empresarial (Hermalin y Weisbach, 2007). La literatura previa ha empleado distintos enfoques teóricos para entender por qué las empresas divulgan información hacia el mercado, siendo la más adoptada la teoría de la agencia (Jensen y Meckling, 1976). De acuerdo a esta teoría, el problema de agencia causado por la separación entre la propiedad y el control ha sido motivo de preocupación durante mucho tiempo, pudiendo la gerencia tomar ventaja de la asimetría de la información para actuar de manera contraria a los intereses de los accionistas.

En cuanto a las variables que pudieran afectar el nivel de transparencia en GC, Berglöf y Pajuste (2005) identifican al entorno legal como uno de los factores con mayor impacto, así como otras características corporativas como son el tamaño de la empresa, el nivel de endeudamiento, el ratio de valor de mercado a valor en libros y la concentración de la propiedad. Por su parte, Bujaki y McConomy (2002) sostienen que los consejeros independientes son más propensos a divulgar información sobre GC; en tanto que Vander Bauwhede y Willekens (2008) asocian a la estructura de la propiedad con el nivel de transparencia en GC. Entre los estudios que se han centrado en países emergentes, encontramos el de Samaha et al. (2012), quienes ponen en evidencia una relación positiva entre la independencia del CA, el tamaño del CA y el nivel de transparencia de GC en empresas cotizadas egipcias. En esta misma línea, Al-Moataz y Hussainey (2012), sustentan que la independencia del CA, el tamaño del comité de auditoría y la rentabilidad son los principales determinantes en el nivel de transparencia en GC; mientras que Samaha y Dahawy (2011) identifican que la composición y tamaño del CA, la dualidad COB-CEO, la estructura de la propiedad y la presencia del comité de auditoría influyen significativamente en la transparencia sobre GC.

9.1 Hipótesis de estudio

Tamaño del consejo

La teoría de la agencia sugiere que los CA de mayor tamaño desempeñan un papel crucial en la supervisión de la actuación gerencial y en el proceso de toma de decisiones estratégica. Los CA de mayor tamaño tienden a incrementar la diversidad y experiencia en temas de reporte financiero y corporativo (Laksmana, 2008). Son diversos los estudios que muestran una relación positiva entre el tamaño del CA y la calidad de la información corporativa (Anderson, Duru y Reeb, 2004). El monitoreo efectivo del CA genera una discusión más profunda de los temas corporativos, lo cual, a su vez incide en un incremento en la divulgación de información sobre GC (Mallin y Ow-Yong, 2012). Dado que la mayor parte de los estudios han encontrado una relación positiva entre ambas variables, se formula la siguiente hipótesis:

H1: El tamaño del CA influye positivamente en la divulgación de información en GC.

Composición del consejo

La composición del CA es una dimensión relevante en la estructura de gobierno de una empresa (Fama y Jensen, 1983). Un mayor ratio de consejeros independientes está asociado a la maximización de la riqueza y al incremento de la calidad y cantidad de información corporativa hacia los grupos de interés, siendo representantes independientes de los intereses de los accionistas (Pincus, Rusbarsky y Wong, 1989). Sin embargo, algunos estudios realizados en países en desarrollo, no encuentran una relación significativa entre el nivel de divulgación de información corporativa y la independencia del CA (Ghazali y Weetman, 2006). Centrándonos en la divulgación de información sobre GC, Al-Moataz y Hussainey (2012) ponen en evidencia una asociación negativa entre ambas variables para el caso de empresas de Arabia Saudita, mientras que Ezat y El-Masry (2008) sostienen una relación positiva.

Dado que la información corporativa tiende a limitarse a los consejeros internos, existe un incentivo para que los consejeros independientes promuevan la transparencia en las prácticas de GC para proteger los intereses de los accionistas minoritarios. Lo anterior nos lleva a plantear la siguiente hipótesis:

Hipótesis 2: A mayor proporción de consejeros independientes en el CA, mayor nivel de transparencia en GC.

Dualidad COB-CEO

La dualidad COB-CEO hace referencia a la situación en que la misma persona ocupa ambas posiciones en la organización. La teoría de la agencia sostiene que la dualidad COB-CEO podría afectar el control efectivo ejercido por el CA (Samaha et al., 2012). La eficacia y eficiencia del CA pueden verse comprometidas si ambas posiciones son sostenidas por la misma persona (Fama, 1980; Fama y Jensen, 1983). De acuerdo con Haniffa y Cooke (2002), la separación entre ambas posiciones ayuda a mejorar la calidad de la supervisión y a reducir las ventajas obtenidas por la retención de información, mejorando la calidad en la divulgación de información corporativa. Bajo esta premisa, la concentración de poder de ambas posiciones está asociada a erosionar la independencia del CA y a reducir la divulgación y calidad de la información corporativa (Simon y Wong, 2001). A pesar de que los resultados previos no son concluyentes, la mayor parte de la literatura ha evidenciado una asociación negativa entre la dualidad del COB-CEO y la divulgación de información voluntaria (Laksmana, 2008; Ezat y El-Masry, 2008). A lo antes expuesto, nos planteamos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 3: Existe una relación negativa entre la dualidad COB-CEO y el nivel de transparencia en GC.

Participación femenina en el consejo

Entre las variables que han sido asociadas a la presencia de la mujer en los CA, encontramos el nivel de divulgación de información (Gul, Srinidhi y Ng, 2011). En este sentido, la diversidad de género en el CA, podría mejorar la calidad de los debates en el CA e incrementar la capacidad de éste en la supervisión del proceso de divulgación de información corporativa. La diversidad de género en el CA está asociada a una mayor calidad de las deliberaciones del CA y a una comunicación más efectiva del CA (McInerney-Lacombe, Bilimoria y Salipante, 2008), lo cual incide en un incremento en la diseminación de información hacia los accionistas. La participación femenina en el CA genera un mayor control sobre las acciones gerenciales y la transparencia corporativa, a través de una mayor asistencia en las reuniones del CA y en los comités de auditoría y el incremento de las prácticas de buen gobierno adoptadas (Hillman, Shropshire y Cannella, 2007). De acuerdo a la discusión presentada, se formula la siguiente hipótesis:

Hipótesis 4: El índice de feminidad en el consejo incide positivamente en el nivel de transparencia de GC.

Estructura de la propiedad

Una dimensión importante que da forma al sistema de GC es la estructura de la propiedad, la cual se define como el grado de concentración que determina la distribución de poder y control corporativo, o bien como la proporción de acciones con derecho a voto que son de propiedad directa o indirecta de los familiares o los altos directivos del CA (Owusu-Ansah, 1998). Wang (2006) afirma que una estructura de propiedad concentrada es "menos propensa a involucrarse en comportamientos oportunistas, ya que podría afectar la reputación de la familia, la riqueza y el desempeño de la empresa a largo plazo" (p. 622), reduciendo la necesidad de una mayor transparencia. En empresas con propiedad dispersa, el equipo gerencial generará mayor información como una señal de su actuación en beneficio de los intereses del principal (Haniffa y Cooke, 2002). La concentración de la propiedad resulta en una opacidad corporativa y en un menor nivel de transparencia financiera (Fan y Wong, 2002).

Entre los estudios que han encontrado una relación negativa entre la concentración de propiedad y el nivel de divulgación de información, podemos mencionar los realizados por Barako, Hancock e Izan (2006), Vander Bauwhede y Willekens (2008) y Gandía (2008). En empresas con participación de grandes accionistas o una alta concentración de propiedad, la transparencia en la información será menor, dado que la información puede ser transferida directamente a través de los canales informales, o simplemente porque existe una mayor alineación de intereses, lo cual reduce la necesidad de un mejor gobierno para los accionistas minoritarios. Al tenor de lo expuesto se proponen las siguientes hipótesis.

Hipótesis 5a: La concentración de la propiedad incide negativamente en el nivel de transparencia de GC.

Hipótesis 5b: Empresas con un patrón de propiedad concentrada divulgarán menos información sobre GC, que aquéllas con una estructura de propiedad dispersa.

Variables de control

- Endeudamiento. Las empresas con mayores niveles de deuda están generalmente bajo un escrutinio más estricto por parte de los acreedores, teniendo mayores incentivos para divulgar información corporativa (Xiao, Yang y Chow, 2004). Se espera, por tanto, una relación positiva entre el nivel de endeudamiento de la empresa y el ITGC (Samaha et al., 2012).

-Edad de la Empresa. La edad de la empresa incide en el nivel de transparencia corporativa, ya que representa la etapa de desarrollo y crecimiento de la misma (Owusu-Ansah, 1998). Bajo esta premisa, las empresas jóvenes tienden a divulgar menos información en comparación con las maduras por tres razones: 1) una mayor transparencia puede afectar su ventaja competitiva; 2) el costo y la facilidad de procesamiento y diseminación de la información es mayor; y 3) carecen de un historial de información. En nuestro estudio esperamos encontrar una relación negativa entre ambas variables (Hossain y Hammami, 2009).

-Tamaño de la Empresa. El tamaño de la empresa incide positivamente en el nivel de información divulgada por las empresas en los informes anuales (Donnelly y Mulcahy, 2008). La teoría de los costos políticos sostiene que las empresas de mayor tamaño son más propensas a divulgar información más completa para disminuir las presiones por parte del gobierno y organismos regulatorios (Watts y Zimmerman, 1986). En consecuencia, se espera encontrar una relación positiva entre el tamaño de la empresa y el índice de transparencia en GC.

-Rentabilidad. Los directivos de empresas más rentables divulgan más información corporativa para garantizar la continuidad de sus posiciones y remuneración y como señal de confianza institucional (Owusu-Ansah, 1998). De acuerdo con Inchausti (1997), las empresas más rentables harán un mayor uso de la información para obtener ventajas competitivas, mientras que aquellas empresas con bajo desempeño podrían ser menos transparentes. En este sentido esperamos un signo positivo entre ambas variables.

-Sector Industrial. El sector industrial es otra de las variables que con frecuencia ha sido utilizada para explicar la cantidad de información suministrada por las empresas (Eng y Mak, 2003). Las empresas que operan en un mismo sector, divulgarán información similar en el mercado, pues en caso contrario pueden ser malas señales para los inversionistas (Watts y Zimmerman, 1986). Del mismo modo, aquellas empresas que se encuentran en sectores más visibles políticamente, tendrán mayores incentivos para divulgar información voluntaria, minimizando los costos políticos (Collet y Hrasky, 2005).

9.2 Metodología de la investigación

Índice de transparencia en gobierno corporativo

La herramienta más utilizada para medir la transparencia corporativa es la construcción de índices divulgación (Gandía y Andrés, 2005). La selección de los ítems que integran un índice de transparencia corporativa depende de la naturaleza y contexto de cada país (Hossain y Hammami, 2009). Por ello, se propone un índice de transparencia en GC, que evidentemente refleja la naturaleza del marco institucional de los países emergentes Latinoamericanos, centrándose en los CBG para los casos de Argentina, Brasil y México y en la ley para el caso chileno. El ITGC global se compone de 43 elementos, el cual puede tomar un valor máximo de 100, y el cual se integra a su vez de cuatro subíndices: 1) composición y desempeño del CA, 2) derechos de los accionistas, 3) ética y conflictos de interés, y 4) otra información relacionada con el buen gobierno. Cada subíndice tiene una ponderación de acuerdo al número de elementos que lo integra.

El índice propuesto es no ponderado, lo cual nos sugiere que todos los elementos que lo integran tienen la misma importancia (Berglöf y Pajuste, 2005). La información para integrar nuestra base de datos será extraída principalmente de dos fuentes. Por un lado, la información contenida en los informes anuales emitidos por las empresas bajo estudio. Por otro lado, analizar los sitios web como medio interactivo para divulgar la información sobre GC, particularmente a través del apartado “relación con inversionistas”, en donde se concentra la mayor parte de la información sobre buen gobierno. El nivel de transparencia en GC para cada empresa bajo estudio, se calculará para cada año durante el periodo 2004-2010.

Los informes anuales se extraerán de cada uno de los sitios web de las empresas, así como también de las Bolsas de Valores en que cotiza cada empresa.

Para computar el índice global, nos basaremos en los trabajos desarrollados por Samaha et al. (2012) y Ghazali y Weetman (2006). El índice no ponderado considera el siguiente criterio: si la empresa divulga un elemento de información en la memoria anual o sitio web se le asigna el valor de “1”; si no lo divulga se le asigna el valor de “0”. Dado que el contenido del índice se agrupa en cuatro dimensiones, en primer lugar se calculará el índice parcial por empresa, para posteriormente agregar el índice global.

El índice parcial es el cociente entre la suma de los puntos obtenidos por cada empresa y año de estudio respecto a los puntos totales que podía haber obtenido la empresa si hubiera difundido el máximo de ítems. Cada subíndice se obtendrá de la siguiente forma:

$$ITGC^p = \frac{\text{número de elementos divulgados en el apartado}}{\text{Total de elementos que se podrían obtener}} \times 100 \quad (9)$$

El ITGC global se define operativamente de la siguiente forma:

$$ITGCT = \sum_{i=1}^n I_i^p \times P_i^t \quad (9.1)$$

Donde:

ITGCT= Valor global del índice.

I_p = Valor del subíndice en base a las dimensiones que integran el ITGCT.

P_t = Proporción que representa el subíndice “i” respecto al número total de puntos del índice global.

El índice total no se obtendrá como una media simple de los diferentes subíndices, sino como una media ponderada, lo que representa el peso relativo de cada dimensión de GC.

De acuerdo a esta metodología, tanto los subíndices como el índice global podrán obtener un valor comprendido entre 0 y 1 puntos (Gandía y Andrés, 2005). En línea con el estudio realizado por Allegrini y Greco (2011), se ha considerado la preocupación relacionada con la fiabilidad en la construcción del índice, calculando las medidas de confiabilidad y consistencia interna a través del coeficiente alpha de Cronbach, el cual es mayor a 0.80. Los cuatro subíndices que integran el índice global de GC, obtienen un alpha de Cronbach de 0.793, lo que sugiere que nuestro índice de GC es confiable y consistente (Cronbach, 1951).

Muestra de estudio

El estudio se centra en las empresas con mayor índice de cotización bursátil en Argentina (Merval), Brasil (IBOVESPA), Chile (IPSA) y México (IPyC). Para efectos de análisis, se excluirán las empresas que pertenecen al sector bancario y de seguros, dado que su regulación es más estricta y son sujetas a un mayor escrutinio en términos de divulgación de información (Garay y González, 2008).

Para fines de agrupación, las empresas se analizarán por país y sector de actividad económica de acuerdo a la clasificación propuesta por Global Industry Classifications Standards (GICS), la cual ha sido ampliamente aceptada en el ámbito empresarial y académico. El número inicial de empresas fue de 155, de las cuales se excluyeron 20 que pertenecen al sector bancario y de seguros y 10 de las que no encontramos la información suficiente para llevar a cabo el análisis. La muestra final de estudio está compuesta por 125 compañías. Respecto al número de observaciones que se integran al estudio empírico que cubre el periodo temporal de 2004 a 2010, encontramos 101 empresas en 2004, 111 en 2005, 116 en 2006, 123 en 2007, hasta llegar a un total de 125 en 2008, 2009 y 2010. En total de observaciones es de 826.

Metodología adoptada en la recolección y tratamiento de los datos

Se adoptó un enfoque de investigación cuantitativo, correlacional y explicativo, dado que se buscó establecer las relaciones entre las variables, así como explicar su comportamiento. También se recurrió al análisis de contenido para integrar el ITGC, el cual fue aplicado a cada uno de los informes anuales y sitios web de las empresas bajo estudio, para obtener los elementos del ITGC. También se buscó en las bolsas de valores en que cotiza cada empresa. Los valores extremos de las variables financieras fueron identificados y tratados. Así, aquellos valores por encima del percentil 99 se les asignó el valor de dicho percentil, mientras que los valores por debajo del percentil 1 se truncaron de la misma forma (Ammann, Oesch y Schmid, 2011). El análisis explicativo se realizó través del método de regresión lineal múltiple.

Especificación del modelo y medición de las variables

El análisis empírico busca analizar si la estructura del CA (tamaño del CA, independencia del CA, dualidad COB-CEO y participación femenina en el CA), y la estructura de la propiedad (% de concentración de la propiedad y patrón de propiedad concentrada o dispersa están asociadas con el ITGC. La ecuación [1] muestra el modelo a estimar.

Ecuación 1 (Modelo empírico)

$$ITGC = \alpha_i + \beta_1 BSi + \beta_2 BI_i + \beta_3 Duality_i + \beta_4 Gender_i + \beta_5 Own_Ci + \beta_4 Own_Pi + \beta_i Controls_i + \mu_i$$

(9.2)

Donde:

ITGC = Índice de transparencia en GC.

BS = Tamaño del consejo: Logaritmo natural del número de miembros en el CA.

BI = Independencia del consejo: Proporción de consejeros externos con respecto al total de miembros en el consejo.

Duality = Dualidad del COB-CEO: Variable dicotómica que toma el valor de 1 si ambas posiciones son sostenidas por la misma persona y de 0 en caso contrario.

Gender = Porcentaje de mujeres que participan en el consejo con respecto al total de consejeros.

Own_C = % de concentración de la propiedad (% de las acciones ordinarias sostenidas por los 10 principales accionistas).

Own_P = Variable dicotómica que toma el valor de 1 si la empresa presenta un patrón de propiedad concentrada y de 0 si la estructura de propiedad es dispersa.

β_i Controls_i = Conjunto de variables de control

μ_{it} = Término de error

9.3 Análisis de resultados

Análisis descriptivo

En Argentina se encontró un notable incremento porcentual en el ITGC que va del 39% en 2004 al 64% en 2010; mientras que Brasil pasó de un 48% en 2004 a un 71% en 2010. En el caso chileno el rango del ITGC también va en aumento de un 53% en 2004 a un 64% en 2010. Finalmente en México se alcanza un ITGC de 66% en 2004 y de 77% en 2010. En este sentido, los países que han mejorado en mayor medida la transparencia de información relacionada con el GC son Argentina y Brasil, en tanto que Chile y México son más estables durante el periodo de análisis.

México ha mantenido el liderazgo en el nivel de transparencia en GC durante el periodo de análisis, seguido de Chile en 2004 y de Brasil en 2010. Si nos centramos en el término medio global obtenido por cada dimensión de GC, observamos que en el caso de países emergentes Latinoamericanos, las dimensiones que obtienen una mayor puntuación durante el periodo 2004-2010 son las correspondientes a la ética y conflictos de interés (58% en 2004 vs 82% en 2010), otra información relacionada con el GC (61% en 2004 vs 83% en 2010), composición y desempeño del CA (48% en 2004 vs 65% en 2010) y derechos de los accionistas (44% en 2004 vs 59% en 2010).

La tabla 1 muestra el comportamiento del ITGC de acuerdo al patrón de propiedad (concentrado vs disperso).

Las empresas con un patrón de propiedad concentrado obtienen un ITGC menor (0.51 en 2004 y 0.69 en 2010) en comparación con aquellas que se caracterizan por un patrón de propiedad dispersa (0.63 en 2004 y 0.78 en 2010).

El análisis a nivel país muestra que para el caso de las empresas con patrón de propiedad concentrado, Brasil alcanza un ITGC mayor (0.66), seguido de Chile (0.53), Argentina (0.47) y México (0.36) en 2004; mientras que en 2010 se alcanzan índices de 0.78 en Brasil, 0.71 en Argentina, 0.64 en México y 0.64 en Chile.

Tabla 9 La estructura de propiedad y el ITGC

País	ITGC	Año						
		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Argentina	Concentrada	0.47	0.49	0.57	0.61	0.65	0.69	0.71
	Dispersa	0.59	0.63	0.67	0.70	0.72	0.76	0.77
Brasil	Concentrada	0.66	0.66	0.71	0.74	0.75	0.77	0.78
	Dispersa	0.67	0.71	0.72	0.74	0.76	0.78	0.78
Chile	Concentrada	0.53	0.54	0.57	0.59	0.60	0.63	0.64
	Dispersa	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
México	Concentrada	0.36	0.39	0.45	0.53	0.56	0.60	0.64
	Dispersa	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Promedio global	Concentrada	0.51	0.52	0.57	0.62	0.64	0.67	0.69
	Dispersa	0.63	0.67	0.69	0.72	0.74	0.77	0.78

Fuente: Elaboración propia

Análisis de regresión múltiple

Los resultados del análisis empírico se muestran en la tabla 2. Se introdujeron variables dicotómicas para el año y sector industrial y utilizando el estimador VCE para dar una mayor robustez y confiabilidad a la regresión múltiple. (Pham, Suchard y Zein, 2011).

Los resultados del análisis ponen de manifiesto que las variables que tienen una incidencia positiva sobre el nivel de transparencia en GC a un nivel de significancia de $p = 0.000$ son el tamaño del CA, la independencia del CA, la participación femenina en el CA (con signo negativo) y el patrón de propiedad concentrado (con signo negativo). En relación a las variables de control, encontramos significativas el tamaño de la empresa ($p = 0.000$) y a edad de la empresa ($p=0.01$). Las variables no significativas en el estudio son la dualidad COB-CEO, el porcentaje de concentración de la propiedad, el endeudamiento y la rentabilidad. Basándonos en los resultados obtenidos las hipótesis aceptadas en nuestro estudio son:

La H1 afirma que a mayor número de miembros en el CA, la divulgación de información en GC será mayor. Estos resultados son sustentados por Gandía (2008); Kent y Steward (2008) y Ezat y El-Masry (2008), quienes manifiestan que los CA de mayor tamaño generan la experiencia y diversidad necesarias para realizar sus funciones, incrementando el nivel de transparencia en GC.

La H2 sostiene que a mayor ratio de consejeros independientes el ITGC aumenta. El CA constituye un medio de control, el cual tiene como objetivo monitorear las acciones del equipo directivo y asegurar la consecución de los objetivos corporativos, y ello también se refleja en un mayor nivel de transparencia corporativa (Fama y Jensen, 1983). Estudios adicionales realizados en otros países emergentes sustentan estos resultados para el nivel de transparencia en GC (Samaha y Dahawy, 2011; Samaha et al., 2012). La H5b asociada al patrón de la propiedad de la empresa (concentrada vs dispersa), ha sido aceptada, ya que como muestra la evidencia previa en otros países y de acuerdo a la teoría de la agencia, la concentración de la propiedad desempeña una función importante de control, lo cual tiene una incidencia negativa en el nivel de divulgación de información corporativa.

Lo anterior nos sugiere que aquellas empresas con una propiedad más dispersa divulgarán más información que aquellas con un patrón de propiedad concentrado (Shan y McIver, 2011). Finalmente la variable de control más significativa en el estudio es el tamaño de la empresa. La teoría de las señales sostiene que las empresas grandes son sujetas a una mayor supervisión por parte del gobierno y las autoridades, y por tanto, tienen mayores incentivos para mitigar los costos políticos e incrementar la divulgación de información corporativa (Gandía, 2008).

Las variables dicotómicas de control referidas al año de estudio, país y sector industrial resultan ser significativas, con excepción de los años de estudio 2004 y 2005, en donde no se registra un cambio significativo en el ITGC. De acuerdo con Watts y Zimmerman (1986), las empresas que operan en un mismo sector divulgarán información similar en el mercado, pues en caso contrario pueden ser malas señales para los inversionistas.

Tabla 9.1 Modelo de regresión múltiple

Modelos de regresión múltiple	
Variables independientes	Pooled data (MCO). Estimador robusto (vce)
LnBS	0.119*** (0.015)
BI	0.125*** (0.022)
Duality	0.002 (0.011)
Gender	-0.190*** (0.067)
Own_C	0.019 (0.026)
Own_P	-0.056*** (0.014)
Lev	0.019 (0.036)
Age	0.012** (0.005)
Lnsize	0.025*** (0.004)
ROA	0.035 (0.041)
Constante	-0.060 (0.061)
R cuadrado ajustado	0.402

Los errores estándar corregidos se muestran entre paréntesis

* Niveles de significancia: * significativo al 10%, ** significativo al 5%, y *** significativo

Fuente: Elaboración propia

9.4 Conclusiones

A partir de un estudio comparativo realizado en las cuatro economías emergentes de esta región (Argentina, Brasil, Chile y México), se encontró que el nivel de transparencia mostró un comportamiento ascendente en los cuatro países durante el periodo analizado.

En este sentido, el entorno institucional, particularmente el legal, ha presionado a las empresas que cotizan en estos países a adoptar los principios de transparencia en el mercado. Si bien es cierto que Chile se caracteriza por la adopción de leyes duras en materia corporativa, México es el país que posee un CBG que ha sido revisado y actualizado en tres ocasiones en los últimos diez años, siendo quizás esta la razón por lo que es el más fuerte en materia de gobernanza empresarial y transparencia.

Basándose en la teoría de la agencia, los resultados del estudio empírico nos sugieren que el nivel de transparencia en GC para las empresas de mayor cotización bursátil en Latinoamérica muestra el siguiente comportamiento: 1) en cuanto a la dimensión del CA, se observó que el ITCG se incrementa en aquellas empresas cuyo CA se integra por un mayor número de miembros, así como también con un porcentaje mayor de consejeros independientes; lo cual implica que son las empresas con estas características en su CA, las que están más preocupadas por transparentar su información y con esto brindar mayor confianza al inversionista; 2) en cuanto a la dimensión de estructura de la propiedad, los resultados ponen de manifiesto que el patrón de propiedad concentrado inhibe una mayor transparencia en GC; esto estaría indicando que quienes poseen el control de la empresa son renuentes a compartir este control con los accionistas mayoritarios por lo que divulgan lo mínimo de información; 3) las empresas de mayor tamaño obtienen un mayor ITGC; esto implicaría que la transparencia del gobierno corporativo estaría relacionado con el tamaño de la empresa, siendo las empresas de menor tamaño las que aún no se han preocupado por adoptar mejores prácticas de gobierno corporativo, lo cual las pondría en desventaja para atraer más y mejores inversionistas y 4) otras variables como la dualidad COB-CEO, la concentración de la propiedad, el nivel de endeudamiento y la rentabilidad de la empresa no tienen una incidencia significativa en el ITGC. Además existe una influencia significativa del sector industrial en el nivel de transparencia en GC. El análisis muestra que el sector de energía es el que alcanza un mayor índice, mientras que el sector con menor nivel de divulgación es el de tecnologías de información. Lo anterior nos indica que existe una mayor sensibilidad en aquellas empresas que invierten en mayor investigación y desarrollo que la de otros sectores.

Finalmente, el trabajo propone futuras líneas de investigación. Este estudio demostró el impacto que tienen las dimensiones de GC en el ITGC, por lo que sería interesante ampliar el estudio a la influencia que tienen otras variables de GC como la participación de los consejeros en los CA de otras empresas, la compensación de los consejeros y directivos, la composición de los comités de apoyo y la frecuencia de las reuniones tanto del CA como de los comités de apoyo. Así también, sería interesante analizar cuál es el impacto del índice y sus subíndices sobre las medidas de desempeño empresarial o riesgo.

9.5 Referencias

- Adams, R. B. y Ferreira, D. (2007). A theory of friendly boards. *The Journal of Finance*, 62(1), 217-250.
- Ali, A., Chen, T. y Radhakrishnan, S. (2007). Corporate disclosures by family firms. *Journal of Accounting and Economics*, 44, 238–286.
- Allegrini, M. y Greco, G. (2011). Corporate boards, audit committees and voluntary disclosure: Evidence from Italian listed companies. *Journal of Management Governance*, 1-30.
- Al-Moataz, E. y Hussainey, K. (2012). Determinants of corporate governance disclosure in Saudi companies. *Journal of Economics and Management*, Forthcoming.

- Ammann, M., Oesch, D. y Schmid, M. M. (2011). Corporate governance and firm value: International evidence. *Journal of Empirical Finance*, 18(1), 36-55.
- Anderson, R. y Reeb, D. (2003). Founding-family ownership and firm performance: evidence from the S&P 500. *Journal of Finance*(58), 1301–1327.
- Anderson, R., Duru, A. y Reeb, D. (2004). Board characteristics, accounting report integrity, and cost of debt. *Journal of Accounting and Economics*, 37, 315–342.
- Barako, D. G., Hancock, P. e Izan, H. (2006). Factors influencing voluntary corporate disclosure by Kenyan companies. *Corporate Governance: An International Review*, 14(2), 107-125.
- Bartholomeusz, S. y Tanewski, G. (2006). The relationship between family firms and corporate governance. *Journal of Small Business Management*, 44(2), 245–267.
- Berglöf, E. y Pajuste, A. (2005). What do firms disclose and why? Enforcing corporate governance and transparency in Central and Eastern Europe. *Oxford Review Economic Policy*, 21(2), 178-198.
- Botosan, C. (1997). Disclosure level and the cost of equity capital. *Accounting Review*, 72(3), 323-349.
- Bowerman, B. L. y O'Connell, R. (1990). *Linear statistical models: An applied approach*. CA: Duxbury: 2nd ed. Belmont.
- Bujaki, M. y McConomy, B. (2002). Corporate governance: Factors influencing disclosure by publicly traded Canadian firms. *Canadian Accounting Perspectives*, 1(2), 105-139.
- Bushman, R., Piotroski, J. D. y Smith, A. J. (2004). What determines corporate transparency? *Journal of Accounting Research*, 42(2), 207–252.
- Chan, A. W. y Cheung, H. Y. (2011). Cultural dimensions, ethical sensitivity, and corporate governance. *Journal of Business Ethics*, 104(4), 1-15.
- Chen, S., Chen, X. y Cheng, Q. (2008). Do family firms provide more or less voluntary disclosure. *Journal of Accounting Research*, 46(3), 499–536.
- Chong, A. y López-de-Silanes, F. (2007). *Corporate governance in Latin America*. Washington D.C.: Inter-American Development Bank.
- Claessens, S., Djankov, S., Fan, J. y Lang, L. (2002). Disentangling the incentive and entrenchment effects of large shareholdings. *Journal of Finance*, 57, 2741–2772.
- Collet, P. y Hrasky, S. (2005). Voluntary disclosure of corporate governance practices by listed Australian companies. *Corporate Governance: An International Review*, 13(2), 188-196.
- Cronbach, L. (1951). Coefficient alpha and the internal consistency of tests. *Psychometrika*, 16, 297-334.
- Di Miceli, A., Pereira, R., Ayres, L. y Carvalhal-da-Silva, A. (2009). Evolution and determinants of firm-level corporate governance quality in Brazil. *Center for Corporate Governance Research*, 44(3), 173-189.

- Diamandis, P. F. y Drakos, A. A. (2011). Financial liberalization, exchange rates and stock prices: Exogenous shocks in four Latin America countries. *Journal of Policy Modeling*, 33(3), 381-394.
- Donnelly, R. y Mulcahy, M. (2008). Board structure, ownership, and voluntary disclosure in Ireland. *Corporate Governance: An International Review*, 16(5), 416-429.
- Dragomir, V. y Cristina, M. (2009). Corporate governance in the European Union: The implications for financial and narrative reporting. *International Journal of Business and Economics*, 9(1), 53-64.
- Dyer, W. (2003). The family: The missing variable in organizational research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(4), 401-416.
- Eng, L. y Mak, Y. (2003). Corporate governance and voluntary disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy*, 22(4), 325-345.
- Ezat, A. y El-Masry, A. (2008). The impact of corporate governance on the timeliness of corporate internet reporting by Egyptian listed companies. *Managerial Finance*, 34(12), 848-867.
- Fama, E. (1980). Agency problems and the theory of the firm. *Journal of Political Economy*, 88, 288-307.
- Fama, E. F. y Jensen, M. C. (1983). Separation of ownership and control. *Journal of Law and Economics*, 26(2), 301-325.
- Fan, J. y Wong, T. (2002). Corporate ownership structure and the informativeness of accounting earnings in East Asia. *Journal of Accounting and Economics*, 33, 401-425.
- Gandía, J. L. (2008). Determinants of interest-based corporate governance disclosure by Spanish listed companies. *Online Information Review*, 32(6), 791-817.
- Gandía, J. L. y Andrés, T. (2005). e-Gobierno corporativo y transparencia informativa en las sociedades cotizadas españolas: Un estudio empírico. *Comisión Nacional del Mercado de Valores (Monografías No. 8)*, 1-47.
- Garay, U. y González, M. (2008). Corporate governance and firm value: The case of Venezuela. *Corporate Governance: An International Review*, 16(3), 194-210.
- García-Lara, J., García-Osma, B. y Penalva, F. (2007). Board of directors' characteristics and conditional accounting conservatism: Spanish evidence. *European Accounting Review*, 16(4), 727-755.
- Ghazali, N. y Weetman, P. (2006). Perpetuating traditional influences: Voluntary disclosure in Malaysia following the economic crisis. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 15(2), 226-248.
- Gul, F. A., Srinidhi, B. y Ng, A. C. (2011). Does board gender diversity improve the informativeness of stock prices? *Journal of Accounting and Economics*, 51(3), 314-338.
- Haniffa, R. y Cooke, T. (2002). Culture, corporate governance and disclosure in Malaysian corporations. *Abacus*, 38(3), 317-349.
- Hermalin, B. E. y Weisbach, M. S. (2007). Transparency and corporate governance. *The National Bureau of Economic Research, Working Paper 12875*, 1-28.

Hill, C. y Jones, T. (1992). Stakeholder-agency theory. *Journal of Management Studies*, 29(2), 131-155.

Hillman, A. J., Shropshire, C. y Cannella, J. A. (2007). Organizational predictors of women on corporate boards. *The Academy of Management Journal*, 50(4), 941-952.

Ho, S. y Wong, K. (2001). A study of the relationship between corporate governance structures and the extent of voluntary disclosure. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 10(2), 139-159.

Hossain, M. y Hammami, H. (2009). Voluntary disclosure in the annual reports of an emerging country: The case of Qatar. *Advances in Accounting, incorporating Advances in International Accounting*, 25, 255-265.

Inchausti, B. G. (1997). The influence of company characteristics and accounting regulation. *European Accounting Review*, 6(1), 45-68.

Jensen, M. y Meckling, W. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.

Kent, P. y Steward, J. (2008). Corporate governance and disclosures on the transition to international financial reporting standards. *Accounting and Finance*, 48(4), 649-671.

La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A. y Vishny, R. (2002). Investor protection and corporate valuation. *Journal of Finance*, 57(3), 1147-1170.

Laksmana, I. (2008). Corporate board governance and voluntary disclosure of executive compensation practices. *Contemporary Accounting Research*, 25(4), 47-82.

Leal, R. P. y Carvalhal-da-Silva, A. L. (2005). Corporate governance and value in Brazil (and in Chile). Working Paper. SSRN-id726261, 77.

Lefort, F. y Walker, E. (2005). The effect of corporate governance practices on company market valuation and payout policy in Chile. *Inter-American Development Bank Working Paper*, #515, 1-67.

Mallin, C. y Ow-Yong, K. (2012). Factors influencing corporate governance disclosures: Evidence from Alternative Investment Market (AIM) companies in the UK. *The European Journal of Finance*, 18(6), 515-533.

Matin de Holan, P. y Sanz, L. (2006). Protected by the family? How closely held family firms protect minority shareholders. *Journal of Business Research*, 59, 356-359.

McInerney-Lacombe, N., Bilimoria, D. y Salipante, P. (2008). Championing tough issues: How women corporate directors contribute to board deliberations. En S. Vinnicombe, V. Singh, R. J. Burke, D. Bilimoria y M. Huse, (Eds.). *Women on corporate boards of directors: Research and practice*, 123-139.

OCDE. (2004). OECD principles of corporate governance. Recuperado en Marzo de 2010, de OECD: <http://www.oecd.org/dataoecd/32/>

- Owusu-Ansah, S. (1998). The impact of corporate attributes on the extent of mandatory disclosure and reporting by listed companies in Zimbabwe. *The International Journal of Accounting*, 33(5), 605–631.
- Pahuja, A., y Bhatia, B. (2010). Determinants of corporate governance disclosures: Evidence from companies in northern India. *The IUP Journal of Corporate Governance*, 9(3), 69-88.
- Pincus, K., Rusbarsky, M. y Wong, J. (1989). Voluntary formation of corporate audit committees among NASDAQ firms. *Journal of Accounting and Public Policy*, 8, 239-265.
- Qu, W. y Leung, P. (2006). Cultural impact on Chinese corporate disclosure: A corporate governance perspective. *Managerial Auditing Journal*, 21(3), 241-264.
- Samaha, K. y Dahawy, K. (2011). An empirical analysis of corporate governance structures and voluntary corporate disclosure in volatile capital markets: The Egyptian experience. *International Journal of Accounting, Auditing and Performance Evaluation*, 7(1-2), 61-93.
- Samaha, K., Dahawy, K., Hussainey, K., y Stapleton, P. (2012). The extent of corporate governance disclosure and its determinants in a developing market: The case of Egypt. *Advances in Accounting, incorporating Advances in International Accounting*, In press.
- Shan, Y. G. y McIver, R. P. (2011). Corporate governance mechanisms and financial performance in China: Panel data evidence on listed non financial companies. *Asia Pacific Business Review*, 17(3), 301-324.
- Simon, S. H. y Wong, K. S. (2001). A study of the relationship between corporate governance structures and the extent of voluntary disclosure. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 10(2), 139-156.
- Vander Bauwhede, H. y Willekens, M. (2008). Disclosure on corporate governance in the European Union. *Corporate Governance: An International Review*, 16(2), 101-115.
- Wang, D. (2006). Founding family ownership and earnings quality. *Journal of Accounting Research*, 44, 619–656.
- Watts, R. y Zimmerman, J. (1986). *Positive accounting theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Xiao, J. Z., Yang, H. y Chow, C. W. (2004). The determinants and characteristics of voluntary Internet-based disclosures by listed Chinese companies. *Journal of Accounting and Public Policy*, 23(3), 191-225.

La gestión de la innovación a través de sistemas de incubación empresarial. El caso del proyecto de incubación del ITSPV como un sistema de transferencia tecnológica

Alberto Navarro, Cynthia González, Antonio Estrada, Axel Zarate, Yanelis Ceja y Karla Martínez

A. Navarro, C. González, A. Estrada, A. Zárate, Y. Ceja y K. Martínez
Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta, Corea del Sur #600, Col. El Mangal, C. P., 48338, Puerto Vallarta,
Jalisco
alberto.navarro@tecvallarta.edu.mx

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago,
Guanajuato, 2014.

Abstract

Mexico possesses a huge number of small companies that constitutes a big portion of its economy; however, the participation in the economy production system of these small companies is limited, mainly due to structural and technological inadequacies. This situation can be mitigated by using in a better way the government policies and programs, that are generated by the public organizations devoted to economic promotion and regional development; in this paper we propose to create technology transfer systems, which could contribute to the professionalization and development of small companies. An integrate model is exposed by three statements: innovation, business incubation and technology transfer; we use a sample of 20 units in a comparative study to analyze the results of the new model versus the traditional system.

10 Introducción

En la concepción general se acepta que más del 99% de las empresas en México son PyMEs y, de igual forma, la dificultad que tienen para consolidarse, debido principalmente a su carácter familiar (Brems, *et al.*, 2006). Dicha percepción de precariedad sobre las empresas nacionales, cuando se trata de cuestiones que impliquen el desarrollo e innovación, se encuentra justificada, sobre todo cuando se habla de empresas pequeñas y medianas, ya que se enfrenan a retos de diversa índole que dificultan el proceso para la generación de un sistema económico competitivo y, por ende, capaz de generar innovaciones trascendentes (Arechavala, 2003; Góngora y Madrid, 2010), incluso en las grandes empresas imperan cuestiones de inversión en este rubro, ya que se asocia estrictamente con la competitividad (Pérez, *et al.*, 2013).

El Programa Nacional de Innovación (PNI) afirma que México es reconocido como una economía emergente, es decir, que cuenta con las potencialidades para lograr un desarrollo sobresaliente en las próximas décadas de tal suerte que pueda colocarse en un nivel de desarrollo cercano a economías denominadas de primer mundo, sin embargo, la transición hacia un estatus de desarrollo potencial parece ser más compleja que el desarrollo *per se*.

De acuerdo al autor Caicedo (2012), el Sistema regional de innovación se define como el conjunto de instituciones que, en conjunto e individualmente, contribuyen al desarrollo y difusión de nuevas tecnologías, estas instituciones proporcionan el marco dentro del cual los gobiernos forman e implementan políticas para influenciar los procesos de innovación. Por otra parte, el autor Metcalfe (1998) establecía que es un sistema de instituciones interconectadas para crear, almacenar y transferir el conocimiento, así como las habilidades y las herramientas para definir nuevas tecnologías.

A partir de las definiciones antes mencionadas entonces, se concibe el concepto de sistemas regionales de innovación, como la manera idónea de entender los diversos mecanismos que articulados sistemáticamente que pueden dar lugar al desarrollo regional basado en innovaciones. (Aguilar, *et al.*, 2006).

De acuerdo con Cooke (2005), los sistemas de transferencia tecnológica se basan en dos sistemas principales.

El primero de ellos es un subsistema de aprendizaje dinámico compuesto por laboratorios, instituciones educativas, así como cualquier otro organismo generador de conocimiento; por otra parte deberá existir un subsistema que pueda proporcionar infraestructura y apoyos necesarios para que se dé la transferencia de conocimiento.

Esta apreciación tiene una característica interesante, a saber, se asemeja bastante a los modelos que se aplican en México, ya que se cuenta con la Secretaría de Economía (SE), que es una entidad de carácter público que se encarga de aglomerar políticas, lineamientos, programas y proyectos de financiamiento y fomento empresarial, así como de delegar los proyectos a organismos participantes, principalmente los asociados al Dirección General de Educación Superior Tecnológica (DGEST/SNIT).

Esto es, se dispone del andamiaje técnico necesario para favorecer la creación sistemas de transferencia tecnológica, al menos a nivel regional, así como de instituciones estructuradas adecuadamente en un sistema capaz de generar y promover la innovación, por lo que es posible desarrollar un sistema que integre ambas partes.

Así pues, el objetivo principal del presente estudio es determinar el nivel de impacto de la incubación de empresas como un sistema de transferencia tecnológica por parte del Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta hacia organizaciones que se integren en programas de apoyo y fomento empresarial a través de su organismo del Centro de Emprendurismo, Capacitación, Investigación y Vinculación (CEMCIV).

10.1 Método

Se parte de un modelo de integración de recursos para promover a las empresas que deseen participar en la generación de nuevos negocios, o bien, aquellas que se encuentren interesadas en agregar valor a sus productos, desarrollar nuevas líneas o mejorar su posicionamiento. De esta suerte se clasificaron en dos tipos, a saber: incubación y aceleración.

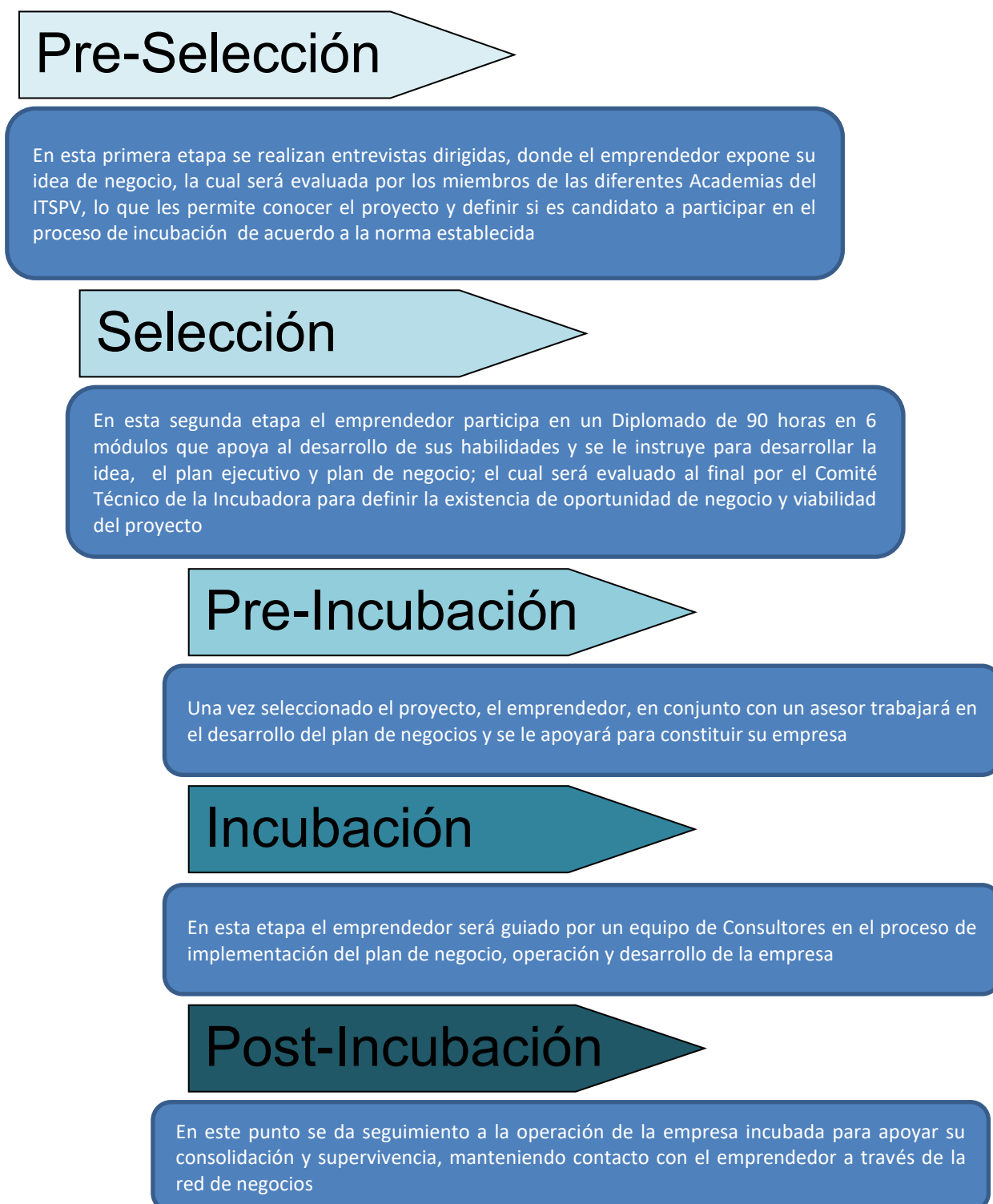
Dentro del marco general del modelo de transferencia que se está desarrollando en CEMCIV, existen varias modalidades diferentes de intervención; no obstante, para fines del estudio se considerarán la incubación y la aceleración únicamente debido a que son los únicos mecanismos que actualmente se encuentran vinculados a iniciativas de gobierno para su financiamiento. Cuando se habla de incubación se alude al proceso mediante el cual una empresa existente, o bien, un emprendedor, presentan una idea para desarrollar un negocio, mismo que puede ser de tamaño mediano o pequeño; esta limitación se debe principalmente a cuestiones del capital que ofrecen los proyectos de emprendimiento con carácter de nueva creación; aunque los fondos pueden ser mixtos el tamaño del proyecto normalmente no alcanza dimensiones que puedan entrar más allá de las determinadas aquí.

Es importante destacar que las incubadoras difieren bastante de los sistemas tradicionales de consultoría, ya que en éstas se consideran exclusivamente *stars up*. Aunque la incubación no es ciento por ciento el criterio exclusivo de este proyecto, ya que existen empresas constituidas que atienden a ciertas divergencias del proceso de incubación, por lo que se consideran dentro de la modalidad de aceleración.

De esta forma, todas las modalidades de desarrollo tecnológico híbrido sobre productos, procesos y equipos serán tipificados en la segunda clasificación, es decir, la aceleración de negocios, que será básicamente aquel proceso mediante el cual una empresa ya existente desea crear un nuevo negocio dentro o no de la misma rama económica en la que se desempeña, o bien, desarrollar un nuevo producto o proceso dentro de su sistema productivo, por lo que atiende a un mecanismo de desarrollo-implementación bajo requerimientos tecnológicos que aún no posee.

Con fines de análisis se diseñó un programa compuesto por cinco etapas, en cada una de las cuales se desarrollaría un nivel de competencia en cada una de las organizaciones participantes, siendo éstas tal como se describen el diagrama siguiente:

Figura 10 Etapas del proyecto integrado de transferencia tecnológica del ITSPV a través del modelo de incubación de empresas. Fuente: Construcción propia con base en el proyecto base de CEMCIV.



La primera etapa busca la interacción directa entre docentes-consultores, así como de alumnos-residentes frente a empresarios o emprendedores que comienzan a conocer el proceso de consultoría como tal, por eso se llevan a cabo entrevistas dirigidas, donde se pretende identificar el concepto de negocio, producto o necesidad del consultante.

Este primer acercamiento es parte del sistema de transferencia en una fase de diagnóstico de competencia y pertinencia del negocio.

Durante la segunda etapa, se ofrece un diplomado en el cual participan especialistas en cuatro áreas principales, siendo éstas, finanzas, mercadotecnia, ingeniería de procesos y estudios organizacionales, con la intención de proveer los conocimientos básicos para su participación en el proceso de transferencia, ya que una de las carencias más importantes en las organizaciones participantes es la falta de información elemental de un modelo formal de negocios.

En esta etapa se le ofrecen al consultante recursos de información empresarial, a la vez de capacitación profesional que puede aplicar de forma inmediata en su negocio.

En la tercera etapa se asesorará directamente al participante en el desarrollo de un plan de negocios, esto con la intención de integrar los sistemas de apoyo e infraestructura que pueden potencializar el trabajo de incubación, lo anterior con base en los requerimientos que demandan los organismos destinados para ello, así como los programas de apoyo que apliquen de acuerdo a su proyecto, tal como lo destaca Cooke (2005), por lo que se considera esta etapa como crítica para dar inicio al proceso de transferencia, sea de incubación o de aceleración, ya que en ésta se integran ambas partes del modelo de Cooke.

En la cuarta etapa se le proporciona al consultante un equipo especializado de asesores que le orientarán durante todo el proceso de implementación de su desarrollo, así como en la consecución del financiamiento para el que aplique su proyecto, con lo cual se pretende mejorar el éxito de las iniciativas de proyectos, puesto que muchos de éstos fallan al tratar de llevarse a cabo.

Finalmente, existe una quinta etapa, que es, principalmente, de evaluación. Esta última fase tiene dos intenciones principales; la primera de ellas es la evaluación de los resultados y, la segunda, es la creación de una red de negocios que cree un sistema regional de transferencia tecnológica en el largo plazo

Datos

Se eligieron como muestra 20 unidades económicas, compuestas por empresas y proyectos candidatos a empresas de nueva creación, para llevar a cabo el proyecto de transferencia mediante incubación y aceleración; este será identificado como G1.

La mitad de las muestra pertenecían a proyectos de nueva creación, 5 contaban con una idea para el desarrollo de un nuevo producto, y 5 más pretendían desarrollar un modelo de negocios diferente al cual ya poseían (diversificación).

Por otro lado, se eligieron aleatoriamente 20 empresas que habían participado en proyecto semejantes, pero antes de la implementación del proyecto de transferencia, sino simplemente bajo una modalidad de asesoría o incubación; este será identificado como G2.

Se aplicaron cinco instrumentos de evaluación para valorar el desempeño y resultados directos del sistema que se basa en transferencia tecnológica y se aplicó una encuesta utilizando el método Kano a ambos grupos.

A diferencia de otras encuestas, tales como las que utilizan la escala de Likert, en las que se privilegia la valoración concentrada en aspectos positivos y negativos, el método Kano destaca tres categorías de interés en la percepción del cliente, a saber, básicos (must be), unidimensionales (one dimensional) y atractivos (attractive) (Goncalver, 2000).

En este tenor es importante destacar la relevancia de tales categorías, ya que subrayan aquellos atributos que, al menos para el cliente son necesarios, o elementales, básicos, o que deben ser contenidos de forma fundamental y atractivos, aquellos que harían más interesante, o deseable, un producto, aunque no sean indispensables; complementariamente se pueden identificar aspectos indeseables (reverse), indiferentes (indifferent) y cuestionables (questionable), mismos que también sirven para retirar atributos indeseables del producto (Rydholm, 1997).

Parámetros de estudio

Para la observación se determinaron los siguientes parámetros:

Tabla 10 Resumen de los parámetros de referencia analítica en el estudio comparativo para el sistema de transferencia tecnológica de CEMCIV

Parámetro	Factores de análisis	Justificación
Pertinencia	Variables externas que inciden en el proyecto Variables internas que inciden en el proyecto Alcance	Método: Entrevista Resultado esperado: Se le auxiliará al consultante a identificar y definir el tipo de orientación que necesita, de forma clara, concreta y objetiva, de tal suerte que no existan ambigüedades para el tipo de proyecto en el que participará
Conocimiento	Diseño de productos y procesos Asesoría Consultoría Capacitación	Método: Cátedra Resultado esperado: Ofrecer al consultante las nociones elementales sobre el proceso de transferencia a través de un diplomado donde se le orienta de forma práctica sobre cuatro fases fundamentales del plan de negocios
Aplicación	Identificación del problema o situación problematizante Identificación de medidas correctivas o líneas de acción Método para llevar a cabo el proceso	Método: Lista de cotejo Resultado esperado: Se observa la forma como el consultante aplica lo aprendido, haciendo uso de un método heurístico para formalizar las acciones de su proyecto
Seguimiento	Diseño de indicadores Sistematización de procesos Documentación de acciones	Método: Guía de observación Reconocer si el consultante desarrolla las aplicaciones tecnológicas adquiridas en el proceso de transferencia
Logro	Puesta en marcha Satisfacción Sentido de logro	Método: Encuesta Resultado esperado: Identificar la percepción del consultante respecto al servicio recibido en el proceso de transferencia

La transferencia tecnológica puede suceder de tres formas posibles en las pequeñas y medianas empresas, que bien pueden ser identificadas como innovaciones procesuales, *know-how* y desarrollo de tecnologías *in situ* (Heijis, 2001; Buesa, *et al.*, 2002; Cataño, *et al.*, 2008), centradas principalmente en los servicios, ya que de ésta naturaleza fueron las empresas electas, casi en su totalidad.

Dada esta particularidad, el sistema se basó más en un esquema de transferencia de conocimiento, aunque no se desvirtuó en lo absoluto el sistema propuesto.

En sí, el sistema de transferencia tecnológica acaece en dos vías principalmente, siendo éstas, la transferencia de conocimiento y, la otra, la transferencia de procesos tecnológicos.

10.2 Resultados

Para determinar el impacto que tienen los programas de apoyo y vinculación empresarial del Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta (ITSPV), que pueden ser aducidos como programas de transferencia tecnológica, se integraron en un programa global de asesoría, consultoría y orientación a un grupo de 20 empresas, midiéndose los resultados con base en los cinco instrumentos que se aplicaron durante el proceso de transferencia. A excepción del último instrumento que fue aplicado a las 40 empresas estudiadas con fines de realizar la comparación analítica del proceso de transferencia tecnológica.

Existen cuatro observaciones identificadas que ofrecen un resultado importante sobre el sistema de transferencia tecnológica comparado con la asesoría tradicional, a saber:

- Éxito de la empresa
- Adquisición de conocimiento lateral
- Creatividad
- Reproducibilidad

Quizá el primer indicador es, erróneamente, el éxito o fracaso del proyecto empresarial. La transferencia es un proceso en el cual las organizaciones apprehenden no sólo fundamentos teóricos, sino cursos de acción y desarrollan por sí mismos mecanismos que promueven un sistema dinámico de acción-reacción que ofrezca mejores oportunidades de logro, por lo que el simple índice de logro o fracaso es una medida insubstancial para un proceso tan variado como es la implementación de tecnologías¹¹.

Para el presente caso, las empresa que participaron en el G1 tuvieron un mayor índice de éxito, ya que el 50% de las empresas participantes lograron el objetivo planteado al inicio del proyecto, comparado contra un 33% de las empresas que participaron en el sistema tradicional de asesoría. En este punto es importante destacar que existen otros factores externos que pueden afectar ese resultado, por lo que por sí mismo éste no se consideró tan significativo.

Complementariamente, se analizó la capacidad de las empresas para adquirir conocimientos, lo que se midió en la manera como reaccionaron ante los cambios contextuales de su proyecto y su capacidad para generar soluciones a situaciones adversas que dificultaban el desarrollo de su objetivo.

¹¹ El concepto de tecnología debe ser advertido en su más amplio espectro y se debe tener presente que en las pequeñas y medianas empresas descansan mayormente en procesos estandarizados y diferenciación de productos intangibles.

Aquí, existe un factor que interfiere con una observación objetiva, ya que contaban con la asesoría de varios consultores por lo que, de cierta forma, disponían de un respaldo inmediato a sus acciones; se consideró que será necesario llevar a cabo un estudio más extensivo que permita analizar la correlación entre esta adquisición y su desempeño futuro en un estudio transversal de largo plazo.

La tercera observación es la más importante para este tratado, ya que es donde se consideró que reside la innovación del proceso de transferencia mediante incubación empresarial. El preámbulo de la innovación es la creatividad, así que se estudiaron la forma como las organizaciones desarrollaron mecanismos de adaptación y la forma como respondieron ante los cambios en la gestión de sus proyectos, demostrando que, incluso aquellas empresas que no lograron el objetivo final, desarrollaron productos analíticos bien enfocados y basados en su aprendizaje.

A diferencia de lo que se observa en Caicedo (2012), la innovación para este caso no es meramente una parte del contexto, sino un resultado propio de las organizaciones, ya que el 80% de las entidades que participaron en sistema de transferencia (G1) desarrollaron procedimientos que les fueron útiles en más de una de las áreas de su empresa, así como aplicaciones y mejoras en sus empresas, o bien, pudieron adecuar su proyecto de forma rápida ante las situaciones que se les presentaron, por lo que se puede concluir que las empresas tienen éxito porque saben reaccionar de mejor manera ante los cambios, y esta condición mejora si tienen las el entorno adecuado para hacerlo. Complementariamente sólo un 15% de las empresas del G2 pudieron considerarse como creativas.

Finalmente, se midió la capacidad de las empresas para generar procedimientos a través de un ejercicio positivista de la gestión estratégica misma, en algo que se podría definir como la analogía pragmática¹². Las empresas del G1 desarrollaron acciones en áreas adicionales a las que habían planteado en su proyecto inicial, a través de la aplicación de los conocimientos adquiridos, lo que permite admitir que de facto el proceso de transferencia sucedió exitosamente, al menos en la transferencia de conocimiento.

10.3 Discusión

De acuerdo con Gibson y Mahdjoubi (2010), actualmente se entiende la transferencia tecnológica como un proceso creativo de conocimiento que comienza en los laboratorios e instituciones generadoras de éste y termina en la comercialización y aplicación tecnológica efectiva de los desarrollos y descubrimientos disponibles, a través de la interacción entre los centros de producción tecnológica y el sector productivo. Esta concepción atiende principalmente a una imperante necesidad de permanencia en el mercado por parte de los organismos económicos, al grado que se buscan modelos que permitan generar diferenciaciones en los costos implicados para el desarrollo de innovaciones que tengan un eco positivo en aplicaciones rentables a nivel empresarial, sectorial y económico a gran escala (Beraza y Rodríguez, 2010).

Desde un punto de vista muy concreto, el sistema de transferencia tecnológica se basa ampliamente en los atributos organizacionales intangibles, los cuales sólo cobran relevancia en la medida que pueden combinarse con otros recursos y capacidades organizaciones (Barney, 1991). Partiendo, justamente, de la teoría de recursos y capacidades, el sistema de transferencia tecnológica se compone de varios elementos que intervienen de forma dinámica para que la investigación pueda adquirir un carácter concreto, aunque también comercial.

¹² Cursivas propias.

Tales elementos comprenden complejos sistemas que interactúan para generar desarrollo, mismos que pueden quedar enmarcadas bajo el epíteto de contextuales, como son la orientación sector-productiva de la región, el sistema productivo regional y el sistema de gestión científica y tecnológica de la red generadora de investigación (Dalmau, Pérez y Baixauli, 2007).

Por su parte, las organizaciones, de forma endógena, deberán presentar una estructura organizacional que les permita admitir desarrollos tecnológicos adecuados a sus características; esto es, mecanismos organizacionales de soporte que faciliten la transferencia cognitiva, sin olvidar las condiciones propias de la innovación y el desarrollo que devengan de la transferencia tecnológica (Martínez, González y Rojas, 2006; Beraza y Rodríguez, 2010).

De esta forma, la percepción general en el estudio de los mecanismos de transferencia tecnológica identifica dos agentes generales, a saber, el entorno y la estructura organizacional; sin embargo, el eje modulador de la transferencia sólo se encuentra presente en casos muy limitados, ya que son las instituciones generadoras de conocimiento quienes desempeñan este papel, las cuales son en su mayor parte representadas por instituciones educativas de nivel superior (Martínez, et al., 2006; Aceytuno y Cáceres, 2012). No obstante, tales mecanismos pocas veces se ven integrados de forma adecuada, ya que las relaciones entre sector productivo y las instituciones educativas son básicamente consecuencias primigenias de la dinámica laboral o social. Por otro lado, la correcta incorporación de mecanismos de emprendurismo y difusión del conocimiento pueden generar sistemas de transferencia explícita o implícita, incluso favoreciendo un modelo de innovación abierta (Guerrero y Urbano, 2012).

Una de las deficiencias más importantes es la heterogeneidad de las denominadas PyMEs, ya que no existe un nivel de clasificación para el desarrollo de un sistema de transferencia tecnológica, sobre todo derivado de la demanda de especialización por parte de ciertos negocios que, aunque pequeños, representan un nivel dado de conocimientos en el área en el cual se desenvuelven, como es el caso de los servicios médicos, por mencionar un solo ejemplo.

Sin embargo, existe una gran cantidad de rutinas, procesos, acciones y procedimientos que las organizaciones pequeñas y medianas llevan a cabo de forma similar, por lo que los mecanismos para la generación de innovación, aunque limitados, pueden ofrecer resultados potencialmente benéficos a nivel región.

10.4 Conclusiones

Si bien los sistemas de transferencia tecnológica aún no han sido explotados de forma eficiente en México, es notoria la influencia no estructurada de las instituciones educativas de nivel superior y medio superior que comprenden el Dirección General de Educación Superior Tecnológica (DGEST); sin embargo, no se han desarrollado sistemas concretos que funjan como mecanismos articuladores para la extensión de los desarrollos tecnológicos en éstas instituciones.

La Secretaría de Economía (SE), parece ser un sistema integrado de transferencia tecnológica, sin embargo, no se concreta como tal ya que se basa principalmente en la implementación de políticas, así como en la promoción de programas de apoyo y fomento empresarial; aunque la aplicación concreta es llevada a cabo por terceros, siendo éstos institutos tecnológicos, universidades públicas y privadas, así como empresas del sector privado dedicadas a la consultoría.

Los sistemas de transferencia tecnológica deberán ser desarrollados, entonces, por aquellas instituciones que posean la tecnología suficiente para llevarla a cabo.

Ante esto se puede decir que la transferencia se encuentran en un nivel muy elemental, al grado que no participan, o al menos, no se muestran interesadas, empresas de gran tamaño en este tipo de proyectos, ya que las políticas como tales se centran en una profesionalización de las pequeñas y medianas empresas, quizá con la intención de que contribuyan de forma más activa al la generación de capital y empleos, partiendo de la gran participación que tienen, al menos en el porcentaje de unidades económicas a nivel nacional.

De este punto se presentan preguntas que deberán contestarse antes de extender un proyecto basado en sistemas de transferencia tecnológica, redes de negocios, networks, clusters, entre otras modalidades que han fortalecido a las pequeñas y medianas empresas en otros casos de éxito. Quizá el más importante para los autores, con base en lo investigado hasta ahora, es la situación de la que se parte en el proceso de transferencia, ya que los participantes como consultantes presentaban diversos niveles de capacitación, algunos incluso con formación de licenciatura, pero sin los recursos elementales para el desarrollo de sus proyectos, lo que obliga definir de una forma categórica el perfil de las políticas públicas, así como el alcance de los proyectos de fomento.

En la contraparte, se pueden detectar las dificultades organizacionales para poder ofrecer un organismo de vinculación y transferencia, ya que implica recursos adicionales, mismos que por ahora no están destinados por completo a esta actividad, así como el diseño de procesos y sistemas de gestión empresarial en constante actualización y más aún, centrados en la innovación, la competitividad y el desarrollo regional, lo cual no sólo parece ser complejo, sino que representa una frontera por alcanzar en un mundo global que devora el tiempo y las distancias de desarrollo.

10.5 Agradecimientos

El presente proyecto fue realizado a través del proyecto XYZ-03, financiado por el Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta. De igual forma, agradecemos enormemente el apoyo del CEMCIV por las facilidades prestadas para este proyecto.

10.6 Referencias

Aceytuno, M. y Cáceres, R. (2012). “Los modelos europeos de transferencia de tecnología Universidad-empresa”, *Revista de Economía Mundial*, No. 32, pp. 215-238.

Aguilar, J., Oswaldo, T., & Leyda, B. (2006). Sistema Regional de Innovación como mecanismo de gestión en Ciencia y Tecnología. *Revista de Ciencias Sociales*, Vol. 12 (3), pp. 3-12.

Barney J, (1991). “Firm Resources and Sustained Competitive Advantage”, *Journal of Management*, Vol. 17 (1), p. 99-120

Beraza, J., y Rodríguez, A. (2010). “Estructuras de intermediación para la transferencia de conocimiento universitario: las oficinas de transferencia tecnológica”. *Propiedad Intelectual*, Vol. 9 (13), pp. 152-176.

Brems, E., Madrigal, K. y Molina-Navarro, G. (2006). Family Business Structure and Succession: Critical Topics in Latin America Experience. *Journal of Business Research*, Vol. 59 (3), pp. 372-374.

Buesa, M., Martínez, M., Heijs, J., & Baumert, T. (2002). Los sistemas regionales de innovación en España. Una tipología basada en indicadores económicos e institucionales. *Economía Industrial*, No. 347, pp. 15-32.

Caicedo, A., & Henry. (2012). Análisis del sistema regional de ciencia, tecnología e innovación del valle de Cauca. *Estudios Gerenciales*, Vol. 28, pp.125-148.

Cataño, G., Botero, P., Vanegas, J. G., Castro, J., & Ibarra, A. (2008). *Redes de conocimiento en sistemas regionales de innovación*. Colombia: Fondo Editorial ITM.

Comité Intersectorial para la Innovación (2011). *Programa Nacional de Innovación*. Gobierno Federal.

Cooke, P. (2005). Regionally Asymmetric Knowledge Capabilities and Open Innovation: A New Model of Industry Organization. *Research Policy*, Vol. (34), pp. 1128-1149.

Dalmau, J., Pérez, B. y Baixauli, J. (2007). “Gestión de la transferencia de tecnología en una región. Premisas básicas”. *Cuadernos de Administración*, Julio-Diciembre (38), pp. 127-139

Dirección General de Educación Superior Tecnológica (DGEST). Consulta de su portal electrónico oficial desde: <http://www.snit.mx/>, con acceso en mayo de 2014.

Gibson, D. y Mahdjoubi, D. (2010). “Diferentes aspectos de la transferencia de tecnología: Construyendo una red de transferencia de tecnología competitiva a nivel global”. *Revista Galega de Economía*, Vol. 19, pp. 1-12.

Góngora, B. y Madrid, A. (2010). El apoyo a la innovación de la PyME en México. Un estudio exploratorio. *Investigación y Ciencia*. Vol. 18 (47), pp. 21-30.

Gonclaves, K. (2000). “Working with the Kano Method”. Quirk’s, ID: 20000502, artículo electrónico disponible en: <http://www.quirks.com/articles/a2000/20000502.aspx?searchID=3428981>, con acceso de abril de 2014.

Guerrero, M. y Urbano, D. (2012). “Transferencia de conocimiento y tecnología. Mejores prácticas en las universidades emprendedoras españolas”, *Gestión y Política Pública*, Vol. 21(1), pp. 107-139.

Heijs, J. (2001). *Sistemas nacionales y regionales de innovación y política tecnológica: Una aproximación teórica*. España: Instituto de análisis industrial y financiero.

Martínez, C., González, M. y Rojas, L. (2006). “Negociación y transferencia tecnológica en el proceso de vinculación universidad-sector productivo”, *Revista de Ciencias Sociales*, Vol. 12 (1), pp. 1-22.

Rydholm, J. (1997). “Firs-time” use of Kano Method helps Carrier Corp. research buyers of its conditioning units”, ID: 19971107, artículo electrónico disponible en: <http://www.quirks.com/articles/a1997/19971107.aspx?searchID=989824844&sort=9>, con acceso en abril de 2014.

Secretaría de Economía (SE). Consulta de su portal electrónico oficial desde: <http://www.economia.gob.mx/conoce-la-se/mision-y-vision-se>, con acceso en mayo de 2014.

La importancia de la calidad de los servicios en los museos. Reflexión desde el punto de vista ergonómico

Eugenia Sánchez, Martha Cordero y Ingrid Barradas

E. Sánchez, M. Leticia Cordero
Universidad de Guanajuato, Lascrain de Retana #5, zona centro, Guanajuato, Gto. Cp. 36000
maru_sanchezr@hotmail.com

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

At the present the quality of services is an issue of great importance, not only from the operational point of view but also as a determining factor in the processes of administration and certification of organizations. In this sense, the Museum is an organization that already has transcended his role of exposing artistic pieces to the offer of services to society in general. Therefore it requires an organizational structure and an ongoing evaluation of its activities, infrastructure and administration in order to know the impact on the user and their areas of opportunity.

In this paper we relate the services of the museum and the ergonomics, and in specifically the lighting for two reasons: the influence of light in space, and the functionality of museology from user rating. The research was conducted at the Museum of Natural History Alfredo Duges of the Guanajuato University during the summer of 2012 in the program known as the Summer of Scientific Research from the University of Guanajuato. For the first, second and third phase of this research the team was formed by Dr. Ma. Eugenia Sánchez Ramos, Mtra. Gloria Magaña Cota y Claudia Lizeth Abundes Arreguín, a student from the Department of Chemistry with a scholarship for this program. The fourth phase, the follow up of the recommendations was in charge of Martha Leticia Lamb Salazar and Ingrid Barradas Bribiesca.

11 Introducción

En las ciudades patrimonio, representa una de los espacios que el turista selecciona de forma instantánea ya sea para conocer aspectos culturales y costumbres regionales, como un medio de esparcimiento que incrementa su conocimiento, o bien la oportunidad de contemplar el arte. Sin embargo, faltan esfuerzos para concientizar a los directores de los museos acerca de la evaluación permanente de los servicios, en especial de aquellos que forman parte de alguna institución académica que persisten en la idea proveniente del siglo XVIII de que son una bodega de bienes preciosos y no una fuente sustentable de recursos.

La principal motivación que dió origen al presente documento fue la museografía, en este sentido la exhibición debe ser accesible, atractiva y fácil de recordar, y en ella se involucran investigadores, taxidermistas, museógrafos, museógrafos, sociólogos, pedagogos, arquitectos, diseñadores y comunicadores. Los Museos de Historia Natural del mundo y en general deben cumplir con algunos parámetros como son: el ocupar poco espacio, que su estado permita observar, medir y evaluar sus principales características y estandarizar las preparaciones en unidades comparables, se debe contar con la mayor cantidad de datos posibles, de acuerdo al tema que se trata.

Se trata entonces, de adaptar los productos, las tareas, las herramientas, los espacios y el entorno en general a la capacidad y necesidades de las personas, de manera que mejore la eficiencia, seguridad y bienestar de los consumidores, usuarios o trabajadores. La planeación estratégica en el Museo debe de considerar los objetivos de la organización, teniendo en cuenta aspectos como la producción, rentabilidad, innovación y calidad en el servicio (Abundes Arreguín y Sánchez Ramos, 2012).

El objetivo del proyecto fue conocer las características (sociales, educativas, culturales y económicas) que influyen en la elección de los visitantes del Museo de Historia Natural Alfredo Dugés de la Universidad de Guanajuato y los factores ergonómicos, perceptuales y antropométricos que influyen en su elección, con el fin de contribuir a la promoción de las visitas.

11.1 Materiales y métodos

Se realizó un estudio de visitantes mediante encuesta aleatoria a 250 personas, aplicada durante los meses de junio y julio debido a que son los meses relacionados con los períodos vacacionales. La trayectoria histórica del museo muestra que las colecciones tienen un origen y una evolución, convoca a su público mediante el fomento de la curiosidad. Dicho comportamiento no es más que una percepción sensitiva-motriz, acompañada de procesos cognitivos de diversa intensidad. Significa entonces que la oportunidad para mejorar la capacidad de atracción y aprendizaje del museo de Historia Natural, reside en la gestión de un ambiente propicio donde se estimule la curiosidad y el aprendizaje. En base a lo anterior se optó por realizar encuestas a los usuarios con la intención de conocer la perspectiva visual del museo actualmente, las edades de los encuestados oscilan entre los 8-60 años de edad, lo que nos da un rango bastante amplio de estudio, cabe mencionar que las visitas más frecuentes son de estudiantes en su mayoría niños de 8 a 15 años que representan el setenta por ciento de los encuestados.

Procedimiento metodológico

Etapa 1 : Análisis de teoría de visitantes y contexto cultural de la ciudad de Guanajuato, del Museo de Historia Natural Alfredo Dugés; Revisión del estado actual del museo e información de anteriores diagnósticos del museo de Historia Natural Alfredo Dugés; y Análisis de la información y determinación de parámetros a valorar del museo de Historia Natural Alfredo Dugés.

Etapa 2 : Análisis de factores ergonómico, antropométricos y de iluminación con respecto a la percepción visual; Determinación de parámetros ergonómico, antropométricos y de iluminación a evaluar del museo de Historia Natural Alfredo Dugés; y Diseño de encuestas para visitantes, las cuales están diseñadas para evaluar la percepción visual de los usuarios del museo.

Etapa 3; Aplicación de encuestas a visitantes y acompañantes; Análisis de los resultados de las encuestas realizadas a visitantes y acompañantes del museo de Historia Natural Alfredo Dugés; y Levantamiento fotográfico y medición de luminarias al museo de Historia Natural Alfredo Dugés

Etapa 4: Análisis de resultados y propuestas para la mejora del museo de Historia Natural Alfredo Dugés.

11.2 Resultados y discusión

Caso de estudio: El museo Alfredo Dugès ubicado en la Universidad de Guanajuato, es llamado así en honor al naturalista, botánico y zoólogo mexicano de origen francés Alfred Auguste Delscautz Dugès (1826 Montpellier, Francia–1910 Guanajuato, México).

Quién es reconocido actualmente como el padre de la herpetología en México y uno de los pioneros en la sistematización científica en el campo de la zoología (Smith, 1969). Perteneció a la Sociedad Mexicana de Historia Natural y a la Sociedad Científica Antonio Alzate, donde publicó la mayoría de sus artículos dentro de las revistas de éstas sociedades, versados principalmente en zoología, en donde describió 11 géneros y 19 especies de anfibios y reptiles, su mayor contribución científica. En el año de 1852, Alfred Dugès obtuvo su doctorado en Medicina por la Universidad de París y emigró a México para radicarse en la ciudad de Guanajuato desde 1856 hasta su muerte en 1910. Su trabajo como encargado del Gabinete de Historia Natural y como catedrático del Colegio del Estado de Guanajuato le dio la oportunidad de disfrutar de su principal interés: el estudio de la flora y fauna mexicana.

La colección Dugès

La Colección Dugès, es una muestra de la diversidad biológica y representada por afinidad filogenética. Dentro de la colección, se pueden encontrar invertebrados que van desde los seres multicelulares más sencillos como son las esponjas, hasta mamíferos de tamaño mediano como pumas, pasando por aves, reptiles y anfibios.

El Museo actualmente cuenta con un pequeño espacio dedicado a exposiciones temporales, cinco salas de exhibición las cuales son: El Gabinete de Historia Natural, Biodiversidad, Evolución, Extinciones y Guanajuato; una sala de audiovisuales, el área de colecciones, oficinas, espacio para talleres infantiles y la tienda.

Resultado del Estudio de visitantes

La encuesta se originó a partir de tres bloques referentes a los parámetros ergonómicos: legibilidad, antropometría, e iluminación con cuatro reativos en una escala de uno a cinco donde 5 es excelente y 1 pésimo; así como una pregunta abierta para conocer si el visitante es recurrente y la opinión acerca de la museografía. A continuación se presenta en resumen las respuestas de cada bloque:

Tabla 11 Resultados de estudio de visitantes, Claudia Lizeth Abundes Arreguín (2012)

Aspectos ergonómicos	Color de fondo: los colores de fondo de las vitrinas y de textos son muy oscuros lo que hace que las piezas se pierdan con dicho fondo, sobre todo los ejemplares con colores oscuros como algunas aves.	Tipografía: el texto impreso de las ficha es pequeño y se pierde con el fondo claro de las mismas, además de que no llaman del todo la atención sobre todo de los niños.	Imagen visual: las imágenes que están colocadas en las mamparas son imperceptibles debido a que se realizaron en vinil brillante, mismo que al iluminarlo con luz de color altera el croma original.
Aspectos antropométricos	Alturas de las piezas: Algunos ejemplares se encuentran a más de 2 metros de alto y algunas personas (1,50m de alto) no logran percibir detalles de las piezas expuestas.	Alturas de las fichas: Ciertas fichas que acompañan a las piezas se encuentran muy alejadas y fuera del alcance de la vista de los visitantes ocasionando que no sean vistos o incluso ignorados.	Reproducciones de las acuarelas: Muchos de los visitantes no se percataron de las acuarelas que se encuentran en la parte superior de la primera sala, ya que se encuentran demasiado altas y se ubican en un lugar donde no se perciben del todo.
Aspectos lumínicos	Luz de las vitrinas: la iluminación de las vitrinas es escasa además de que es lastimosa para la vista, las combinación de los colores de las luces (verde, amarillo y azul) no favorecen las piezas, además de que se reflejan mucho en los frascos y urnas de cristal donde se encuentran los fetos y demás especímenes impidiendo ver con claridad dichos ejemplares. Cabe mencionar que las luces de las vitrinas deslumbran a los usuarios, que en algunos casos pierden el interés.	Luz de iluminación en salas: En todas las salas la iluminación es escasa e incluso nula excepto en la sala 1 que es la más iluminada, por lo que, pasar de una sala iluminada a una sin iluminación afecta y lastima la vista, esta falta de iluminación puede provocar un accidente ya que los usuarios no logran ver por donde caminan.	Luz general de iluminación en salas: no existe.

Otros	En algunos casos las piezas están demasiado juntas y cuesta trabajo apreciarlas, sobretodo en la sala cinco donde se encuentran la mayoría de las aves.	Las piezas están mal acomodadas, es decir piezas pequeñas se encuentran atrás de las vitrinas y es un poco difícil percibir las, asimismo algunas grandes están ubicadas al frente.	No hay accesos para personas discapacitadas (rampas).
-------	---	---	---

Determinantes lúmicos relacionados con el deslumbramiento y la fatiga visual en la Museografía

De acuerdo a los usuarios encuestados (en su mayoría estudiantes) se concluye que el Museo presenta varios problemas en cuanto a iluminación teniendo una deficiente luminosidad tanto en las salas como en las vitrinas, ocasionando que los usuarios pierdan el interés de la exposición. Las consideraciones de las respuestas obtenidas que los visitantes refieren que deben atenderse son:

a) Las causas del cansancio visual o esfuerzo visual, identificadas en el Museo son: deslumbramiento por áreas con una intensidad excesiva de luz; contraste excesivo, convergencia prolongada de los ojos en objetos cercanos; ajuste constante de la pupila; acomodación continua de lejos a cerca y viceversa; y distracción causada por la brillantez y movimiento (Marincoff, 2009)

b) Los resultados obtenidos permitieron identificar que la iluminación de acento del Museo de Historia Natural Alfredo Dugés mediante luminarias LED si bien enfatizan el color, de las piezas, afecta la tridimensión y la percepción de profundidad de los objetos. No existe luz general sólo de acento en dos salas.

c) Los mensajes visuales de los carteles y señalización son poco visibles, ya que es necesario considerar el color del entorno donde se colocará la imagen, así como la reflexión u opacidad de los materiales y de las superficies. La luz cenital de color sobre las señales dificulta la percepción y la legibilidad de la tipografía.

d)

e) en cuanto a la cuestión antropométrica las piezas se exhiben a una misma altura lo cual limita la percepción por el efecto de fondo-figura; finalmente en el diseño la tipografía es demasiado pequeña e ilegible dado su tamaño, el contraste del fondo con el color del tipo disminuye su legibilidad, las cédulas de explicación son imperceptibles tanto en tamaño como en color.

11.3 Conclusiones

Es importante mencionar la contribución de Martínez Verdú (2010) con respecto a las limitaciones de la percepción humana, de las cuales para el sustento de la colocación de piezas e imagen visual resaltaremos:

La Adaptación luminosa depende de la edad, Iluminación óptima y recuperación al deslumbramiento; en este sentido el Museo es visitado por un público diverso lo que exige una iluminación general independiente de la luz de acento lo cual permitiría atender rangos lúmicos amplios en cuanto a la edad.

La disposición de las acuarelas en la parte superior de la museografía excede el movimiento cabeza/cuello de un ángulo de 15°, lo cual remite un esfuerzo mayor para poder visualizarlas.

Establecimiento de un mayor contraste en fondo y figura, debido a que partir de los 40 años hay dificultad para distinguir objetos pequeños poco resaltados

En lo referente al reflejo que disminuye la capacidad de visión para los detalles menos luminosos y se perdiendo sensibilidad para apreciar las sombras; recurrimos al trabajo realizado por Prado y Chaurand (1998) en específico al deslumbramiento:

- Evitar luces en el campo visual de las personas.
- No usar luces desnudas en exteriores e interiores.
- Evitar colores y materiales reflectivos en señalización y grafismo.

El seguimiento de las recomendaciones de encuentra en este momento en revisión, una de los principales problemas para dar solución a la museografía existente es la falta de interés y desconocimiento acerca de la importancia de la ergonomía visual, así como de la gestión de recursos externos que puedan solventar los requerimientos técnicos y de instalación de un sistema general de iluminación más eficiente.

11.4 Agradecimientos

El trabajo fue apoyado por la Dirección de Apoyo a la Investigación y al Posgrado (DAIP) de la Universidad de Guanajuato a través del proyecto Estudio de Visitantes del Museo de Historia Natural Alfredo Duges en la convocatoria Institucional 2012.

11.5 Referencias

Abundes Arreguín, L. y Sánchez Ramos, M. E. (2012). Estudio de visitantes del Museo de Historia Natural Alfredo Dugés. Memoria de Veranos de Investigación Científica, Universidad de Guanajuato, pág, 110-115.

Beyer Ruíz, E. (2003). Razones y significados del museo de ciencias. Elementos #52, pág. 37-41. <http://www.elementos.buap.mx/num52/pdf/37.pdf>

Dernie, D. (2006). Espacios de exposición. España: Blume.

Martínez Verdú, F. (2010). Riesgos ergonómicos y psicosociales, Grupo de Visión y Color Dpto. Óptica – UA, Univeritat d´ Alacant. Pag. 9-26.

M. A. (1952). El Museo Alfredo Dugès de la Universidad de Guanajuato. Soc. Mex. de Historia Natural, 271-281.

Palacios, E. y Marincoff, G. (Mar 2009). Iluminación y confort visual: Un abordaje ergonómico, El Ergonomista Pag. 1-9.

Prado, L. y Avila Chaurand, R. (1998). Factores ergonómicos en el diseño. Percepción visual. México: Universidad de Guadalajara Rodríguez Lorite, M. A.(2007). La iluminación en las exposiciones temporales de bienes culturales. Lcdo. Ciencias Físicas.

Smith, S.H. (1969). Early Foundations of Mexican Herpetology. Unive. of Illinois: Urbana.

Torres Portero, M. A. (2005). Metodología de diseño para iluminación mediante led en museos. Argentina: Universidad de Zaragoza.

Turner, J. (2000a). Diseño con luz en espacios públicos. Barcelona: Gustavo Gili.

Turner, J. (2000b). Diseño con luz: en centros comerciales. Barcelona: Gustavo Gili.
http://www.apme.es/revista/museo11_179.pdf

[http://www.juntadeandalucia.es/culturaydeporte/web/html/sites/consejeria/areas/museos/Galerias/A
djuntos/6029_0205_plan_de_calidad_2.pdf](http://www.juntadeandalucia.es/culturaydeporte/web/html/sites/consejeria/areas/museos/Galerias/A
djuntos/6029_0205_plan_de_calidad_2.pdf)

http://ilam.org/ILAMDOC/rotur/Art_InnovacionMuseos.pdf

<http://www.buenosaires.gob.ar/areas/educacion/aer/pdf/tiposmuseos.pdf>

La innovación y el desarrollo tecnológico como factor de crecimiento en las PyMEs del Municipio de Angostura, Sinaloa

Imelda Zayas Barreras

I. Zayas
Universidad Politécnica del Valle del Évora, Sinaloa 225, Sinaloa
Imelda.zayas@upve.edu.mx

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

Innovation and technology development are basic factors for the development, growth and competitiveness of small and medium enterprises, which is why today the need to always be at the forefront with products, processes and technology business is created to cope with competition and look for the opportunity to be competitive and productive in the industry that companies develop. It is for this reason that this research is conducted with the Small Business of the Municipality of Angostura, Sinaloa; where no matter the size of the company to cover these elements that allow you to be more competitive, which is why it concluded that companies Angostura, Sinaloa; are not innovating their products or processes and not realize what your competition performed with respect to innovation, because it is not innovative, few companies if they have seen the need for innovation and start performing, because in the last four years of the date began to make these innovations, which are usually business owners who decide to do.

12 Introducción

Es importante que las empresas para su desarrollo y competitividad participen en los procesos de innovación de productos nuevos o bien en la mejoraría de los existentes para continuar en el mercado, así mismo deben de estar al tanto del desarrollo tecnológico, que cada día se ha vuelto una necesidad el renovar la tecnología en las empresas, sobre todo las relacionadas a equipos, maquinarias y tecnologías de la información y comunicación. Es por tal motivo que en este trabajo de investigación se analizan los factores de innovación y desarrollo tecnológico en las empresas del Municipio de Angostura, Sinaloa, donde el principal objetivo es que las empresas sean competitivas por la atención directa que hay entre los dueños y los empleados en introducir innovaciones y tecnologías a la empresa, siendo el factor humano el área de atención principal en lo que respecta a la capacitación de aquellos elementos que se introducen a la empresa por primera vez y que necesitan que el empleado conozca su funcionamiento y utilidad para el mejor aprovechamiento dentro de la empresa. Por lo tanto la hipótesis que se planteó es que las empresas del Municipio de Angostura, son empresas competitivas porque están vigentes en la introducción de innovación y desarrollo tecnológico encontrándose en un nivel excelente de capacitación a sus empleados con respecto a estos temas.

Así mismo se llegó a la conclusión de que las empresas del Municipio de Angostura, Sinaloa; no están innovando sus productos o procesos y no se dan cuenta de lo que su competencia realiza con respecto a la innovación, porque tampoco es innovadora, son pocas las empresas que si han visto la necesidad de innovación y lo empiezan a realizar, formando parte de aquellas empresas que se han desarrollado aún más por tomar en cuenta dichos elementos, faltando un factor importante de la capacitación, porque aún no se ha visto como una necesidad por la empresa.

Con respecto al desarrollo tecnológico las empresas han adquirido equipos y maquinarias para los procesos de producción, es aquí donde indicaron que están las innovaciones que la empresa ha señalado y en pocas ocasiones los empleados son tomados en cuenta en sus opiniones de la adquisición de la tecnología, con respecto a tipos, necesidades, marcas, etc. Y tampoco son capacitados en el uso y manejo de los equipos, por lo que se recomienda a las empresas que consideren cursos de capacitación en las áreas requeridas y atendidas por la tecnología.

12.1 La innovación, Desarrollo tecnológico

Las empresas hoy en día se encuentran en la necesidad de estar a la expectativa de la innovación de productos servicios, para fomentar su permanencia en el mercado, esto permite que dichas empresas puedan ser creativas en la elaboración de nuevos productos o bien mejorar considerablemente los que ya se tienen, en este sentido Revilla (2008) señala que “la innovación, consistente en la apl comercial de una idea. Para el propósito de este estudio, innovar es convertir ideas en productos, procesos o servicios nuevos o mejorados que el mercado valora. Se trata de un hecho fundamentalmente económico que incrementa la capacidad de creación de riqueza de la empresa y, además, tiene fuertes implicaciones sociales.

Además Revilla (2008) hace referencia de los tipos de innovación y su clasificación como lo indica “el establecimiento de tipologías de innovación ha atraído el interés de numerosos estudiosos e investigadores, cuyos trabajos han conducido a diferentes clasificaciones, entre las que destacamos dos: (1) aquella que utiliza como criterio clasificatorio el grado de novedad de la innovación y (2) la que atiende a su naturaleza. Grado de novedad de la innovación (radical/incremental) & Innovación incremental. Se trata de pequeños cambios dirigidos a incrementar la funcionalidad y las prestaciones de la empresa que, si bien aisladamente son poco significativas, cuando se suceden continuamente de forma acumulativa pueden constituir una base permanente de progreso. Así, se observa cómo el crecimiento y el éxito experimentado por las empresas de automoción en los últimos tiempos responde, en gran parte, a programas a largo plazo caracterizados por una sistemática y continua mejora en el diseño de productos y procesos & Innovación radical. Implica una ruptura con lo ya establecido. Son innovaciones que crean nuevos productos o procesos que no pueden entenderse como una evolución natural de los ya existentes. Aunque no se distribuyen uniformemente en el tiempo como las innovaciones incrementales, sí surgen con cierta frecuencia. Se trata de situaciones en las que la utilización de un principio científico nuevo provoca la ruptura real con las tecnologías anteriores. Naturaleza de la innovación (tecnológica/comercial/organizativa) & Innovación tecnológica. Surge tras la utilización de la tecnología como medio para introducir un cambio en la empresa. Este tipo de innovación tradicionalmente se ha venido asociando a cambios en los aspectos más directamente relacionados con los medios de producción.

En relación a la innovación y el desarrollo tecnológico surgen los clusters que a partir de la necesidad que tienen las pequeñas y medianas empresas, de interrelacionarse con otras para intercambiar productos y servicios dentro del territorio de influencia de todas las empresas que forman el clusters, permitiendo reducir costos de transporte, precios de productos y coparticipación en actividades principales, esto para lograr una mayor competitividad en el mercado, es por tal motivo que García García, Cervera Avellaneda & Cabrera García (2005) señala que “Las Pequeñas y medianas empresas (PyME’s) más dinámicas y competitivas surgen en espacios en los que, entre otros factores, existe un elevado grado de cooperación entre las empresas y organismos de sectores conectados entre sí, permitiendo la realización de acciones comunes al contrarrestarse los problemas derivados del reducido tamaño individual de los participantes y fomentando la innovación.

Al grupo de empresas e instituciones conexas ubicadas en una zona geográfica limitada, unidas por rasgos comunes o complementarios, en torno a una actividad o producto se le conoce con la denominación de "cluster".

La Innovación tecnológica es parte de los factores que intervienen en la ventaja competitiva y en la formación de clusters, de tal forma que permiten el crecimiento de las empresas y el desarrollo de productos de calidad con nuevos procesos, por lo que Jasso (1999) señala “El proceso de innovación tecnológica tiene las siguientes características:

i) Es dinámico, esto es, cambia en el tiempo y con las estrategias y circunstancias de los actores participantes.

ii) Es diferenciado, lo que significa que sus resultados y desempeño son específicos a las características y condiciones propias de cada industria, región, empresa o país;

iii) Es acumulativo, lo que refleja la posibilidad de incorporar la experiencia y el aprendizaje para acumular y crear conocimiento;

iv) Es apropiable, lo que reconoce que los resultados tecnológicos pueden ser protegidos y, por lo tanto, vendidos o mantenidos por el innovador, quien obtiene así beneficios de la innovación, y

v) Las circunstancias y esfuerzos de los actores participantes y las redes entre ellos hacen que las oportunidades sean diferentes en cada industria, institución, país o región”.

La innovación hoy en día ha creado su importancia en la forma que se desarrolla, desde los conocimientos adquiridos por quien realiza la innovación hasta la presentación de productos terminados en concreto y que registrados y patentados para su exclusividad, es así como Jasso (2004) hace referencia a “La importancia de la innovación tecnológica en el desarrollo económico no es nueva. Lo que parece reciente son las formas y modalidades para innovar, y el análisis que se hace para explicar su ritmo y naturaleza. La innovación tecnológica abarca los avances en el conocimiento y en la introducción y difusión de productos y procesos nuevos o mejorados en la economía. La innovación tecnológica es la transformación de una idea, ya sea en un producto nuevo o mejorado, el que se introduce en el mercado (innovación de producto), o ya sea en un proceso operacional que se adopte en la industria y en el comercio (innovación de proceso).

También es importante deducir que los sistemas nacionales de innovación (SIN), permiten que las empresas se incorporen a los procesos de innovación y redes, situación que lo señala Jasso (2006) dice que: “En los SIN, las diferentes formas de cooperación y competencia a lo largo de los últimos siglos entre instituciones y organizaciones públicas y privadas han sido determinantes para impulsar el proceso de transferencia tecnológica y, por lo tanto, las posibilidades para innovar” es aquí donde se hace de relevante importancia que desde siglos anteriores se ha considerado la transferencia de tecnología como un factor detonante para la innovación en las empresas.

Las empresas al realizar innovaciones tecnológicas requieren de que se proporcione capacitación a los trabajadores para el aprendizaje tecnológico que se requiera como dice Jasso y Ortega (2007) “El aprendizaje tecnológico se relaciona estrechamente con la introducción de nuevos productos propiciando la innovación y el cambio tecnológico, dando lugar a nuevas tecnologías, procesos, sistemas productivos, organización del trabajo y soluciones técnicas. Es el aprendizaje de un conocimiento codificado en manuales, diagramas, planos, software, instrumentos de producción, sistemas de manufactura y de calidad, procesos y técnicas, interacciones formales e informales con los propios trabajadores, proveedores y clientes, facilitado por el flujo de información técnica como resultado de la interacción y por sus estrategias de capacitación en y fuera de la empresa”.

Las empresas tienen una trayectoria de vida y durante dicho ciclo van evolucionando y se convierten en innovadoras, pero además en el proceso de nacimiento y muerte de la empresa existen ciertos factores que están vinculados a su desarrollo como lo informa Jasso (2004) “El crecimiento y evolución de las empresas están inmersos en su dinámica innovadora.

Dicha evolución se plasma en ciclos que a su vez marcan la pauta de trayectorias cimentadas en la tecnología; es decir que el proceso de nacimiento, crecimiento, madurez y declive de las distintas industrias y tecnologías son temas muy vinculados con el crecimiento de las empresas, las industrias, las regiones y los países”. Las empresas pequeñas tienen menor posibilidad de innovar, pero sin embargo no se ve como una gran limitante, sólo como una barrera en comparación con las empresas grandes, por los recursos internos, situación que comenta Martínez Méndez, Vera Muñoz y Vera Muñoz (2014) “La innovación se ha convertido en una importante variable empresarial estratégica. La necesidad de adaptarse a los cambios, e incluso generarlos a través de una política agresiva de innovación, la han convertido en una actividad determinante para la obtención de importantes ventajas competitivas. Esta circunstancia ha obligado a las organizaciones a introducir dicha variable dentro de sus planes estratégicos, de forma que permita la consecución de la necesaria competitividad para operar en el contexto actual. No obstante que los empresarios están conscientes de la necesidad de innovar, muchas de ellas encuentran grandes barreras al desarrollo de este tipo de actividades.

Esta situación se agrava en el caso de las pequeñas empresas, con reducida capacidad financiera y escaso personal calificado para llevar a cabo el proceso innovador. En este sentido, no se puede afirmar que las pequeñas empresas son menos innovadoras que las grandes, aunque sí podemos anticipar que su comportamiento es distinto en materia de innovación”.

Por otra parte es necesario señalar que existen algunas barreras para que las empresas realicen innovación, sobre todo las empresas de tamaño reducido, que tienen poco acceso de financiamiento y por ende no innovan sus productos o procesos con regularidad y no se hable del desarrollo tecnológico que siempre están pensando cómo sobrevivir y no como adquirir equipos sofisticados, como indica Guerra (2010)

“El hablar de innovación en las organizaciones es frecuente escuchar a las personas que participan en ellas, decir que hay intención de mejorar y desarrollar nuevas ideas hacia la innovación, pero que existen obstáculos o barreras que impiden alcanzar dicho objetivo; al adentrarnos al estudio de las investigaciones encontramos que pueden existir muchos obstáculos, pero existen 5 que debemos considerar como importantes:

- 1.- Fondos insuficientes.
- 2.- Evitar riesgos.
- 3.- Obstruir.
- 4.- Tiempo para comprometerse.
- 5.- Medidas incorrectas.

Estas ideas que el autor define, nos demuestra que es necesario darle la importancia a la innovación en las organizaciones, y que debe ser impulsada desde el interior hacia exterior de la organización, el proveer de fondos económicos para apoyar a aquellas industrias en donde la investigación y la aplicación de las mismas es de suma importancia para ser competitivas y sustentables.

Otro de los puntos importantes es reconocer que los riesgos siempre han y van a existir en cualquier situación y mayor grado en los negocios, pero debemos de buscar la mayor certidumbre y el mejor de los escenarios para tomar una decisión y que el riesgo sea calculado hasta donde nos es posible predecir en base a un planteamiento científico.

Dentro de las organizaciones existen formas y maneras de hacer las cosas y que se van convirtiendo en acciones muy arraigadas y se consolidan en un status quo, que las personas que conforman la organización defienden a capa y espada y se convierten en una obstrucción para la innovación.

La búsqueda constante de una actitud positiva en las organizaciones ha sido un reto, por eso, se busca una actitud de compromiso de las personas que en ella trabajan, pero esta actitud es necesaria cultivarla con propuestas de mejora efectiva en la calidad de vida laboral, para que impacte en el quehacer diario de la organización a través de los resultados obtenidos y que también se convierte en una medida correcta para la innovación”.

Las PyME's y la de difusión tecnológica relacionando los clusters

Cuando se habla de Pequeñas y medianas empresas, no hay que dejar al lado a las micro empresas, que también adquieren tecnologías y realizan innovaciones en sus productos y procesos, en menor cantidad pero si la efectúan y todas son empresas que participan en el desarrollo de la economía del país, y están al tanto del mundo globalizado, donde Perego (2003), hace referencia de cómo pueden las empresas mantenerse en el mundo de la globalización “hay tres maneras básicas a través de las cuales las PyME pueden mantenerse y prosperar en un ambiente globalizado:

1. pueden fortalecer sus intenciones de convertirse en proveedores preferenciales de grandes corporaciones mejorando sus estándares de calidad y plazos de entrega;
2. pueden tratar de competir "individualmente" en mercados finales, probablemente en nichos específicos;
3. pueden buscar fortalecerse colectivamente asociándose con otras firmas pequeñas, quizás en distritos industriales, para cooperar, producir y vender a través de alianzas, instituciones colectivas y consorcios.

Mientras que la primera posibilidad corresponde, por ejemplo, a los patrones de vinculación característicos de la producción magra o lean production, la última está asociada, centralmente, a las famosas experiencias de los llamados "distritos industriales" italianos.

Allí, la proximidad de proveedores de materias primas y equipos, productores de componentes y subcontratistas, junto con la combinación de intensa rivalidad Inter.-firma y cooperación a través de las asociaciones de productores, han generado procesos de aprendizaje colectivos y senderos evolutivos de desarrollo para las firmas instaladas en dichos distritos.

De aquí ha surgido, en ocasiones, la idea de que la asociatividad, al menos en el caso de las PyME, se identifica con vínculos a nivel local, idea que, ciertamente, no es correcta.

En este sentido, Humphrey y Schmitz³⁵ formulan una distinción muy importante entre clusters, redes y distritos industriales. Según dichos autores, el aprendizaje mutuo y la innovación colectiva pueden existir en clusters definidos como concentraciones sectoriales o geográficas de empresas, o por redes de PyME que no se encuentran necesariamente en el mismo sector o localidad. Recordemos que un cluster se define por la concentración sectorial y geográfica de firmas, la cual debería estimular la generación de economías externas, pero no implica el desarrollo de relaciones de especialización y cooperación entre agentes locales.

Un distrito industrial emerge cuando un cluster desarrolla no sólo patrones de especialización Ínter firma, sino también formas implícitas y explícitas de colaboración entre agentes económicos locales y fuertes asociaciones sectoriales. Finalmente, una red no implica necesariamente la proximidad geográfica de las PyME, ya que la cooperación entre firmas y el aprendizaje colectivo puede existir aún entre empresas que no están en la misma localidad.

Aunque la promoción de clusters, redes y distritos industriales es una de las líneas más promisorias dentro de las políticas de difusión tecnológica para PyME, está lejos de ser la principal “. Es por ello que la formación de clusters es hoy en día tan importante como cualquier otra forma de agrupación, esto porque motiva a las empresas a desarrollarse tanto en sus procesos productivos como en su desarrollo tecnológico para integrarse en las redes, que por ende traería grandes beneficios a las empresas fomentando su desarrollo y competitividad en el mercado.

Competitividad y desarrollo

Las empresas no todas tienen oportunidades de desarrollo que les permita ser competidoras en el mercado, sino que casi siempre son empresas muy chicas como Micro empresas, que no tienen oportunidades de expansión y que carecen de algunos elementos principales como financiamiento, capacitación, tecnología avanzando entre otros, según Torres y Jasso (2009) dicen que de acuerdo con la visión de Penrose, el tamaño de las empresas es importante, de tal suerte que las pequeñas vis a vis las empresas grandes, enfrentan un conjunto de restricciones externas que limitan sus oportunidades de continua expansión, dada la relativa escasez de recursos internos, y las limitantes que tienen para acceder a estos a través del mercado”

Las PyME`s, tienen problemas de supervivencia y desarrollo, situación que las hace menos competitivas en el mercado de sus productos y no pueden crecer internacionalmente por sus capacidades como se indica en Torres y Jasso (2009), quien dice que “existe evidencia de que en General las PYMEs, debido a su tamaño, se encuentran extremadamente limitadas en cuanto a sus perspectivas de supervivencia por las condiciones internas (recursos y capacidades) y externas que enfrentan”. Cabe señalar que las micro empresas por su estructura se encuentran aisladas en cuanto a información financiera y apoyos económicos de gobierno, esto es debido a que no cuentan con una estructura organizacional formal y no llevan una administración como es debido por la falta de capacitación, encontrándose en situaciones de que tienen que hacer una facturación electrónica o bien una declaración fiscal y mejor deciden cerrar sus puertas por la falta de capacitación e información sobre los temas. Las empresas pueden asociarse y formar equipos de trabajo como lo son los clusters para el desarrollo y crecimiento de la empresa porque a la vez les permitirá lograr ser más competitivas y desarrollo en el área o región que lo deseen; para tal efecto es necesario reconocer la utilidad que se tiene con la formación de clusters, como lo señala Capó-Vicedo, Expósito-Langa, & Masià-Buades (2007), quien dice que las empresas Pequeñas y Medianas presentan algunas dificultades, para adquirir recursos.

“En el caso particular de las PYME, se han de tener en cuenta las dificultades inherentes a su pequeño tamaño, como pueda ser la de acceder a las mismas fuentes de financiación externa que las grandes empresas, e incluso más importante todavía, el acceso a las fuentes adecuadas de información para tomar las decisiones idóneas.

Para estas empresas, la cooperación con otras de su mismo tamaño o superior se constituye como una alternativa estratégica, que les permite aprovechar las ventajas competitivas de las empresas con las que se asocian, tanto si esos acuerdos son de tipo horizontal como vertical.

Si estos acuerdos se realizan entre un gran número de empresas, se va tejiendo un entramado de relaciones que se enlazan hasta crear redes compactas. Estas redes interorganizativas se desarrollan normalmente en un ámbito geográfico concreto limitado, formando clusters.” Para lograr la competitividad de las empresas es necesario señalar que requieren de conocimientos, experiencias, adaptación a nuevos procesos, que les permitan crecer por ello según Jasso (2006) señala que “En los SIN se generan procesos mediante los cuales las empresas acumulan conocimiento técnico, know-how, y la experiencia relevante para la planeación, construcción, operación, adaptación y mejoramiento de los procesos de producción.

Es decir, se crean mecanismos y procesos a través de los cuales se efectúa el progreso tecnológico y se posibilita la creación de innovaciones tecnológicas.” Por tal motivo las empresas se tienen que introducir al mundo de la competitividad con los SIN para su mejoramiento como empresa. También se requiere señalar que las empresas son parte de una cultura, que les permite desarrollarse dentro del mercado que las caracteriza tal es el caso de la cultura corporativa que a su vez se distingue por el desarrollo tecnológico en equipo, y tecnología informática aplicada en las actividades administrativas de las empresas, como se analiza en Montaña (2002) “Entre los diferentes aspectos que han intervenido en el surgimiento de la cultura corporativa se puede distinguir el desarrollo tecnológico, que no sólo ha jugado contra el surgimiento de esta perspectiva sino que lo ha apropiado. Pueden mencionarse dos elementos: primero, el desarrollo de la tecnología informática, de naturaleza mucho más flexible y maleable que la anterior tecnología productiva, requiere una mayor participación por parte de los trabajadores en todos los niveles jerárquicos de la empresa; segundo, de manera más específica, la rutinización de una gran cantidad de actividades de tipo administrativo, incorporadas en el repertorio informático, ha provocado la ampliación de los espacios informales, difícilmente controlables mediante un aparato burocrático tradicional”.

La cultura de las organizaciones no es de este siglo, sino que viene de siglos anteriores, donde se han encontrado tres tipos: la corporativa, la regional y la organizacional, donde Montaña (2004), señala que “La cultura corporativa corresponde a la búsqueda de una nueva espiritualidad acorde con los requerimientos funcionales de la empresa; presume de que ésta es una importante variable del desempeño y postula el consenso como valor armónico, explicita los términos de la cultura deseada de manera formal, establece una misión, una visión, objetivos estratégicos y códigos de conducta, y busca la interiorización de calores tales como la honestidad, el trabajo en equipo y el servicio” aspectos que deben de considerar todas las empresas que requieren de formarse en redes como los clusters.

“El término «cluster» fue acuñado por Porter (1990), en su estudio sobre la ventaja competitiva de las naciones, en el que consideraba que la agrupación de empresas y su correspondiente especialización en determinadas actividades productivas contribuía favorablemente sobre los cuatro polos del diamante que explica la ventaja competitiva.

No obstante, el concepto de la agrupación empresarial ya había sido estudiado por Marshall que en 1920 propuso el término «distrito industrial» para denominar a la agrupación en un territorio de pequeñas empresas de características similares, que tratan de mejorar su productividad como consecuencia de la división del trabajo entre las mismas. La principal ventaja de los cluster se deriva de su contribución a la mejora de la ventaja competitiva de las empresas que lo componen, que contribuiría, a su vez, a la mejora de la competitividad de la región en la que se sitúa”. Las empresas requieren de concentrarse en la ventaja competitiva, relacionado con su tecnología para mejorar sus productos como lo indica Jasso (1999) “Las ventajas competitivas están asociadas con el grado de madurez tecnológica de los productos y procesos. A su vez, el grado de madurez tecnológica está relacionado con los conocimientos aplicados a la creación o mejora de nuevos productos, procesos o técnicas de producción, que incluyen la maquinaria, la organización y el diseño del proceso productivo. Por lo tanto, la especialización comercial y productiva en productos maduros o innovadores es el reflejo del esfuerzo realizado por los agentes para innovar y, en gran medida, para sobrevivir o mantenerse en el mercado internacional”.

Para lograr la creación de redes o sistemas locales de innovación, las empresas requieren de administrar el conocimiento, siendo ésta una parte fundamental en el estudio de las organizaciones, según Montaña (2001) dice que “Uno de los grandes dilemas de la administración, como campo de conocimiento, es su creciente importancia en distintos ámbitos sociales, caracterizados por una transformación tan radical que algunos autores han comenzado a hablar de una nueva conformación: La sociedad del conocimiento”, que permite además analizar la cultura de las empresas y su integración ante la sociedad.

Además las empresas requieren de nuevas tecnologías para el mejoramiento de su proceso administrativo, como también establecer relaciones con empresas y proveedores entre otras actividades como lo indica Montaña (2002) “Las empresas que han emprendido procesos de modernización se caracterizan, en lo general, por la introducción de nuevos esquemas productivos que incluyen la adquisición de nuevas tecnologías, la flexibilización de la producción, la reducción de puestos, la puesta en operación de programas de mejora continua, los círculos de calidad, la reducción de inventarios, el establecimiento de relaciones un poco más estables con los proveedores, la adopción de sistemas de justo a tiempo y de certificación de calidad; en el nivel de la distribución, existen incrementos de número de puntos de venta y, en ocasiones, la exportación y/o la comercialización de productos importados, así como una relación más estrecha entre las funciones de producción y distribución.” El hablar de competitividad en las empresas implica hablar de innovaciones y desarrollo tecnológico, porque es una parte fundamental para que una empresa tenga desarrollo y pueda competir con las demás, es aquí donde Martín y Valdés (2003) señala que “Tradicionalmente, la ventaja competitiva de una empresa se deriva de su eficiencia que se puede observar a partir de indicadores organizacionales tales como el índice de rechazos internos y externos, el bajo costo de bienes, servicios ofrecidos y su grado de aceptación en el mercado.

Las empresas logran su ventaja competitiva y beneficios en gran medida como resultado de la innovación; aquellas que puedan manejar dicha ventaja obtendrán beneficios que les permitirán sobrevivir y prosperar en entornos turbulentos, es por ello que es importante diferenciar entre las innovaciones y las invenciones. El proceso de invención incluye todos los aspectos conducentes a la creación de un nuevo concepto que es factible. Por otro lado, el proceso de innovación toma un nuevo concepto o combina varios nuevos o antiguos en un nuevo esquema (otra invención) y posteriormente lo desarrolla en un producto, que es aceptado en el mercado”.

12.2 Metodología aplicada

Las unidades de análisis definidas para el presente trabajo de investigación, serán los trabajadores y directivos de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, en su área práctica de las empresas del Municipio de Angostura, Sinaloa y los avances en la innovación de productos, procesos o servicios, así como el desarrollo tecnológico aplicado en los últimos años en las empresas y la capacitación apropiada a los trabajadores con respecto a los cambios tecnológicos.

Se realizó bajo el método cualitativo aplicándose 28 entrevistas a las Micro, pequeñas y medianas empresas del Municipio de Angostura, Sinaloa. Para la selección de los informantes a encuestar en esta investigación se consideró de un total de 946 empresas que existen en el Municipio de acuerdo al padrón de la Cámara Nacional de Comercio de dicho Municipio. Las entrevistas fueron realizadas a los propietarios o administradores de las empresas, para mayor confiabilidad de los datos.

12.3 Resultados

En base a al trabajo de campo realizado en las empresas del Municipio de Angostura por medio de 25 entrevistas aplicadas, se encontró que el 40% de las empresas nunca han realizado innovaciones en los procesos productivos, el 60% restante si realizan innovaciones, pero en tiempos que van de 6 meses hasta 6 años de tiempo de haberlas realizado; aquellas empresas que si se han interesado por realizar innovaciones lo han hecho en su mayoría que es el 60% porque así lo requiere la empresa o bien el proceso de producción y no porque la competencia haya hecho alguna innovación, el resto sólo indico que no lo realiza.

Las innovaciones de la empresa son propuestas por los dueños en un 60%, el 30% indicó que son propuestas en conjunto de los trabajadores con relación directa con el dueño y el resto que es el 10% manifestó que un asesor externo es quien les propuso los cambios e innovaciones de la empresa.

De igual forma se encontró que las empresas en un 80% han tenido avances de desarrollo tecnológico en relación a los equipos y maquinarias que utilizan para la elaboración de sus productos y el resto indicó que ha sido con adquisición de máquinas terminales de pago de productos. Así mismo las empresas indicaron que el tiempo que hace de compra de equipos o maquinaria ha sido de 6 meses hasta 4 años para quienes han tenido innovaciones y desarrollo tecnológico.

La innovación y el desarrollo tecnológico requiere de capacitación de los empleados para su desarrollo y manejo, por lo que se encontró que las empresas no capacitan en el uso de los equipos, sino que buscan otro tipo de cursos de capacitación como el uso de paquetes contables, aparatos electrónicos, atención a clientes, control de calidad y otros simplemente no capacitan a los empleados, pero sí indicó el 100% de las empresas entrevistadas que sí les hace falta un curso de capacitación y por lo tanto lo buscarán en las áreas más necesitadas.

Las empresas del Municipio de Angostura Sinaloa, se han enfrentado a problemas de competitividad por la falta de innovación y desarrollo tecnológico, por lo que vieron la necesidad de involucrarse en dichos temas, donde en los últimos cuatro años a la fecha optaron por adquirir equipos y maquinaria que les permitiera estar a la vanguardia y enfrentar a su competencia, logrando con esto continuar en el mercado e incrementar sus ventas en la región, es decir son empresas que se identifica su crecimiento dentro del municipio de Angostura y servirán como ejemplo para las demás empresas y se involucren en la innovación y el desarrollo tecnológico.

12.4 Conclusiones

En este trabajo de investigación, se ha llegado a la conclusión de que las empresas del Municipio de Angostura, Sinaloa; no están innovando sus productos o procesos y no se dan cuenta de lo que su competencia realiza con respecto a la innovación, porque tampoco es innovadora, son pocas las empresas que si han visto la necesidad de innovación y lo empiezan a realizar, porque en los último cuatro años a la fecha empezaron a realizar estas innovaciones, por lo general son los dueños de la empresa quienes deciden que hacer.

Con respecto al desarrollo tecnológico las empresas han adquirido equipos y maquinarias para los procesos de producción, es aquí donde indicaron que están las innovaciones que la empresa ha señalado, pero en sí es parte del desarrollo tecnológico que tienen las empresas y que en pocas ocasiones los empleados son tomados en cuenta en sus opiniones de la adquisición de la tecnología, con respecto a tipos, necesidades, marcas, etc. Y tampoco son capacitados en el uso y manejo de los equipos, por lo que se recomienda a las empresas que consideren cursos de capacitación en las áreas requeridas y atendidas por la tecnología.

Es importante que las empresas de la región por su característica de ser micro, pequeña y mediana empresas, y sus problemas de recursos económicos y el bajo nivel de participación en los programas de gobierno, entre otras; es necesario que asistan a ferias de exposición de tecnología avanzada para que conozcan los equipos y maquinarias que están a la vanguardia y se les informen las ventajas adquiridas con la compra de éstos, así como las innovaciones de productos para el comercio. También se les recomienda que busquen un asesor que les apoye en la elaboración de proyectos de desarrollo para participar en los programas de gobierno y adquirir recursos para la adquisición de nuevas tecnologías, que les permitan crecer y ser competitivos en el mercado.

Con la innovación y el desarrollo tecnológico, así como la capacitación adecuada son elementos claves para que la empresa sea competitiva en el mercado y por lo tanto un crecimiento considerado, es por ello que se recomienda a las empresas estén a la vanguardia de los procesos y equipos requeridos para lograr continuar en el mercado productivo ofreciendo mayores cantidades de productos y variedad de éstos para enfrentar a la competencia de cualquier tamaño.

12.5 Referencias

Capó-Vicedo, Josep; Expósito-Langa, Manuel y Masià-Buades, Enrique (2007), “La importancia de los clusters para la competitividad de las PYME en una economía global”, Revista Eure, Vol. XXXIII, No. 098, Santiago de Chile, ISSN: 0250-7161, pp. 119-133.

García García, Jhon Anderson, Cervera Avellaneda, Jean Pierre y Cabrera García, Sergio (2005), “Microeconomía: Clusters” Universidad de San Martín de Porres; Lima, Perú. Pp. 1- 6.

Guerra, Pablo (2010) “Estudio sobre la percepción en innovación y desarrollo entre los administradores de las pequeñas y medianas empresas: Caso de estudio Monterrey, Nuevo León”, Daena: International journals of good conscience, ISSN 1870-557X. Pág. 246 – 276.

Porter, Michael (1990): The Competitive Advantage of Nations, Free Press. <http://gilergonomico.blog.com/2011/06/16/resumen-del-texto-the-competitive-advantages-of-nations-michael-porter/> fecha de consulta (16 de febrero de 2013).

Jasso Villazul, Javier (2006) “Elementos básicos de los sistemas nacionales de innovación: evidencias del análisis histórico”. Capítulo 2 en Solleiro Rebolledo, José Luis (coordinador) El sistema nacional de innovación y la competitividad del sector manufacturero en México, UNAM. D.F., Plaza y Valdés Editores, México. pp 45-65.

Jasso Villazul, Javier (1999) “La madurez tecnológica en la industria petroquímica mundial” Revista La CEPAL 69, pp. 119-137.

Jasso Villazul, Javier (2004) “Trayectoria tecnológica y ciclo de vida de las empresas: Una interpretación metodológica acerca del rumbo de la innovación”, Contaduría y Administración, Número 214, Universidad Nacional Autónoma de México, D.F. México. Pp. 83-96.

Jasso Villazul, Javier y Ortega, Rodrigo (2007) “Acumulación de capacidades tecnológicas locales en un grupo industrial siderúrgico en México” Contaduría y Administración, número 223, UNAM, D.F. México, pp. 69-89.

Jasso Villazul, Javier (2004) “Relevancia de la innovación y las redes institucionales” Revista Aportes, año/vol. VIII, número 025, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla, México, pp.5-18.

Martín Granados, Ma. Antonieta y Valdés Hernández, Luis Alfredo (2003) “La innovación y el desarrollo tecnológico como una política de Estado y los estímulos fiscales para promoverla” Revista Contaduría y Administración, No. 208. Pp. 9- 10.

Martínez Méndez, Rafaela, Vera Muñoz, María Antonieta Monserrat y Vera Muñoz, José Gerardo Serafín (2014) “Cultura de innovación en las pequeñas empresas constructoras de Puebla, México”, Global conference on Business and Finance Proceedings, volume 9, Number 1. Pág. 1478 – 1487.

Montaño Hirose, Luis (2001) “Dilemas y desafíos de la investigación en administración en México”, Revista Contaduría y Administración, No. 202, México, pp. 21-28.

Montaño Hirose, Luis (2002) “Estrategias empresariales de modernización frente al proceso de globalización económica. El caso de México” Revista Gestión y Política Pública, primer semestre, año/vol. XI, número 001, D.F., México. Pp. 67-83.

Montaño Hirose, Luis (2004) “La dimensión cultural de la organización elementos para un debate en América latina”, Capítulo, en De la Gazca Toledo, Enrique (coordinación), Tratado Latinoamericano de sociología del trabajo, Fondo de cultura económica, ISBN 968-16-6026-9, México, pp. 285-311.

Perego, Luis Héctor (2003) Competitividad a partir de los agrupamientos industriales: Un modelo integrado y replicable de clusters productivos. Argentina, ISBN: 84-688-3417-3 Registro 6286203. Pág. 106.

Revilla Gutiérrez, Elena (2008) Innovación tecnológica. Ideas Básicas, Fundación Cotec para la Innovación Tecnológica. Madrid, España. ISBN: 84-95336-17-0, pág. 82

Torres, Arturo y Jasso, Javier (2009) “Naturaleza y crecimiento de las empresas: La dinámica innovadora en las Pymes” Capítulo 4, en Dutrenit, Gabriela (coordinación), Sistemas Regionales de Innovación: Un espacio para el desarrollo de las Pymes. El caso de la industria de maquinados industriales, AUM-Textual, ISBN: 978-9974-8180-9-5, Uruguay, pp. 55-80.

La promoción de la política pública sustentable en México: Del diseño metodológico a la evaluación y desempeño del presupuesto basado en resultados

Juan Manjarrez & Sergio Flores

J. Manjarrez & S. Flores

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP). 4 Sur 104, Centro Histórico, 72000 Puebla

Universidad Tecnológica de Puebla (UTP). Antigua Camino a la Resurrección 1002 - A, Zona Industrial Oriente, 72300 Puebla

sflores@hotmail.com

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

The overall objective of this study was to determine, identify and critically analyze the theoretical approaches to the analysis of public policies and their relationship to sustainability in the central Mexico region 1976-2008 period. We start from the program budget (PPP) that has its origin in 1976 to support national planning, where programs that were fixed targets and costs were designed, to the institutionalization of the Performance Evaluation System (SED) in 2008 to implement the Performance Budgeting (PBR).

The instruments are designed and implemented in the urban -regional planning have been important to address the improvement of quality of life, but insufficient to promote land and environmental management supported by a balanced and sustainable system. As regards the Mexican reality highlights the seven major stages of public involvement in the planning of development during the period 1915-2006 (Sobrino, 1993 and Carrillo, 1998) and analysis of sustainability from the existence of economic, social, environmental, institutional and technological dimensions (Natalichio, 2007). In that sense the achievements reported in the implementation of sustainable public policies are very limited.

13 Introducción

El Desarrollo Sustentable, tiene sus particularidades de entendimiento y aplicación, para algunos esta propuesta inició en 1987 con el Informe de Brundtland, para otros inició a finales de los setenta con el modelo de Ecodesarrollo, del cual se hicieron reflexiones sobre los límites del crecimiento. Algunos consideran que lo fundamental es preservar los recursos naturales y otros más que lo significativo es lograr un crecimiento económico con calidad de vida.

Así el informe Brundtland marcó su importancia al definir el concepto de desarrollo sustentable y sus tres principios esenciales: desarrollo económico, protección ambiental y equidad social y para cumplir con esas condiciones, serían indispensables generar cambios tanto tecnológicos como compromisos sociales. Ante esta realidad sin duda el papel fundamental del Estado mexicano es la promoción del desarrollo sustentable, para ello es imprescindible reconocer los límites y características que existen actualmente en el país respecto de la evaluación de las políticas públicas, para orientar de esta forma la asignación del presupuesto y su desempeño basado en resultados.

Tenemos el gran reto de lograr un manejo sustentable no sólo de los recursos naturales, si no también de lograr la sustentabilidad de las políticas públicas; de tal forma que no se reinventen recurrentemente los programas y acciones de gobierno, si no más bien que se retroalimenten y se fortalezcan en vías de generar políticas públicas enriquecidas y con ello también lograr un desarrollo social equitativo, para que los millones de mexicanos del nuevo milenio puedan vivir ubicados en zonas, regiones y ciudades, en donde exista una mayor calidad de vida.

Es así como finalmente ante este gran reto, México tiene en este momento la gran oportunidad de lograr un desarrollo sustentable, desde el punto de vista social, ambiental y económico en el nuevo milenio que iniciamos, si existe una determinación y visión a largo plazo para legislar en relación a la continuidad de políticas públicas que resulten exitosas, y con ello garantizar el seguimiento y aplicación de las mismas independientemente de los cambios de gobierno, en los tres niveles federal, estatal y municipal; garantizando de este modo la sustentabilidad de dichas políticas.

Enfoques Teóricos de las Políticas Públicas

Analizar al Estado, como organización política, es encontrarse con su función principal, misma que fue producto del pacto social que le dio origen, esta es una función inalienable estipulada a través de un marco jurídico que sustenta el origen, autonomía, territorialidad, actores sociales, organización, funciones y mecanismos, por mencionar algunos, y que se representa en parte, a través de la administración pública, espacio en donde se materializan las acciones que buscan el bien colectivo, derivando en las políticas públicas.

Para autores como Enrique Cabrero (1997:137), la transformación del administrador al gerente público consiste en el desplazamiento de un pensamiento tradicional a otro moderno y para ello es necesario replantear la visión parcial, jurídica y técnica a una más integral, de la misma forma sucede en la consideración del “Estado omnipresente” a un Estado modesto, de un sistema administrativo semi-abierto a uno totalmente abierto, del plan como requisito burocrático al plan como instrumento de la acción pública; y pasar de la estrategia tradicional sólo por cumplir a una estrategia clara y sistematizada para el cambio.

Para Bernardo Kliksberg (1995), el gerente social debe cambiar en sus estructuras mentales básicas, asumiéndose, de preferencia, por la capacidad de hacer prospectivos los escenarios futuros, pasar de la simple reprogramación de actividades del pasado a la consideración de las necesidades presentes y futuras de la comunidad, previendo el riesgo y pronosticando los escenarios y sobre todo evaluando los resultados.

Para ambos casos, el común denominador es el cambio en el desempeño de los funcionarios públicos sin que esto implique mayores transformaciones estructurales en la operación de la administración pública y consecuentemente sin que dejen de existir los problemas de fondo.

Para Ramos (2011) la llamada nueva gerencia pública está basada en la administración de responsabilidades específicas y a su vez diversas y tiene como principal misión el resolver problemas públicos que en su mayoría ya rebasaron los mecanismos formales (organigramas, formatos, manuales de operación, ventanillas únicas de atención, denuncias, etc.) y que suponían una estabilidad estructural básica; actualmente los problemas sociales involucran grupos de presión, grupos de interés, partidos políticos, medios de comunicación, relaciones y percepción de la población, etc., y requieren de una atención más sofisticada que maneje la impredecibilidad y variabilidad de los asuntos públicos.

En los años recientes, ha habido un cambio de suma importancia en la escuela de la administración pública, se ha pasado del gobierno como operador único del ejercicio de las políticas públicas a la participación ciudadana como garante de la legitimidad, de la eficiencia y de la eficacia del desempeño del gobierno, desde el discurso oficial a la ponderación de los resultados través de las evaluaciones y, de la opacidad en el manejo de la información a la transparencia de los resultados.

Desde esta perspectiva, la cuestión que se ha planteado es cómo producir procesos que logren los objetivos propuestos de la manera más eficiente posible¹³. Estos enfoques han tomado como punto de partida los trabajos presentados por Lasswell; Harold Lasswell escribió la orientación de las políticas, texto con el cual se fundaron los estudios de las políticas públicas, la intención del texto era establecer lineamientos de investigación que coadyuvaran a aumentar la racionalidad de las decisiones del gobierno estadounidense. Para Laswell las ciencias de las políticas (policy sciences) eran el conjunto de disciplinas que se ocuparían en explicar los procesos de elaboración y ejecución de las políticas, y de localizar datos y elaborar interpretaciones relevantes para los problemas de políticas públicas de un periodo determinado.

Finalmente se puede observar que las políticas públicas más que una disciplina teórica se trata de una ciencia práctica, ya que el objetivo principal es proceder a generar un mejor análisis del proceso de aplicación de políticas, de forma que nos permita establecer un diagnóstico más cercano a la realidad de su eficacia; para con ello poder lograr un mejor aprovechamiento de los recursos disponibles, tratando de que los productos generados produzcan los efectos esperados o al menos previniendo y reduciendo las desviaciones que pudieran presentarse.

Las Bases Jurídicas de la Política Pública

Las bases jurídicas para la planeación gubernamental en México se encuentran en la Constitución Política en los artículos 25, 26 y 115, en la Ley Federal de Planeación, en las Constituciones Políticas de los estados, en las Leyes Estatales de Planeación y en las Leyes Orgánicas de la Administración Pública estatal y del municipio libre; el Poder Ejecutivo federal, estatal y municipal (según sea el caso) es el encargado de la elaboración, ejecución, control y evaluación de los planes en sus respectivos niveles de gobierno, el órgano responsable de la elaboración del Plan Nacional de Desarrollo es la oficina de la Presidencia de la República, en el caso estatal son los COPLADE (Comités de Planeación del Desarrollo) y en el municipal los COPLADEM o COPLADEMUN (Comités de Planeación del Desarrollo Municipal). Los planes deben contener un diagnóstico, objetivos, estrategias, lineamientos sectoriales, programas coordinados de inversión pública, delimitación de responsabilidades, seguimiento y evaluación, aunque aún no se ha avanzado en estipular sanciones a los funcionarios públicos en caso de no cumplimiento.

Por su parte la programación, que es la parte instrumental del plan, sirve para definir puntualmente acciones, obras y servicios para un período establecido (trimestre, semestre, año), para determinar las dependencias encargadas de ejecutar las obras y/o servicios programados, para asignar a las dependencias competentes la elaboración de los estudios preliminares, la ejecución, la supervisión, el control y la evaluación de las acciones, obras y servicios programados y para calcular el costo de las obras, servicios y acciones (Moncayo, 2007).

Hoy día ya no es suficiente con saber en qué se emplean los recursos provenientes de los contribuyentes y de la renta petrolera, sino también qué es lo que se logra hacer con esos fondos y a quiénes les beneficiarán. Esto nace con la intención de poder garantizar la confianza de los ciudadanos en el ejercicio del gasto público, en el marco de una sociedad cada vez más demandante y donde los recursos resultan insuficientes para responder a todas las necesidades, por tanto; es necesario asegurar que cada peso que eroga el gobierno se aproveche de la mejor manera posible, así como también demostrar su gasto de manera transparente y objetiva para la sociedad (ibid).

¹³ El enfoque de las políticas públicas parte de una concepción multidisciplinaria en que la ciencia política asume una función predominante. Esta perspectiva teórica tiene su origen en Harold Lasswell y fue desarrollada desde Francia por Jean-Claude Thoening y Michael Crozier, desde Gran Bretaña por Lewis A. Gunn, B. W. Hogwood, C. Ham, M. Hill, Robert A. W. Rhodes y J. J. Richardson, desde Alemania por F. A. Scharpf y R. Mayntz y desde Italia por Bruno Dente.

Así considerando lo expuesto anteriormente, el Gobierno Federal ha determinado adoptar un sistema del Presupuesto Basado en Resultados (PBR) para la Administración Pública Federal (APF), que consiste en un conjunto de procesos e instrumentos y permitirán que las decisiones involucradas en el presupuesto incorporen sistemáticamente consideraciones sobre los resultados de la aplicación de los recursos públicos.

Como parte del PBR y en cumplimiento de las disposiciones contenidas en la Ley, se ha establecido un Sistema de Evaluación del Desempeño (SED), que está definido en este ordenamiento como el conjunto de elementos metodológicos que permiten realizar una valoración objetiva del desempeño de los programas, bajo los principios de verificación del grado de cumplimiento de las metas y objetivos, con base en indicadores estratégicos y de gestión que permitan conocer el impacto social de los programas y proyectos gubernamentales.

Aplicación del presupuesto y nueva estructura programática

Las primeras aplicaciones del PBR se dieron en países desarrollados, por lo que las experiencias más exitosas se registran en la Gran Bretaña, Nueva Zelanda, Australia y Suecia. En América Latina el PBR llegó más tarde, motivado por el interés de encontrar formas de elevar el rendimiento de los recursos públicos tras años de ajustes fiscales y una reactivación de las demandas sociales insatisfechas en ese periodo.

Para el caso de México; el sistema presupuestario contemporáneo de nuestro país tiene su origen en la reforma administrativa de 1976, cuando se introdujo el Presupuesto por Programas (PPP) para apoyar la planeación nacional. El PPP definía una serie de funciones y sub-funciones gubernamentales que se alineaban con la misión de la dependencia o entidad. A partir de ello, se diseñaban programas a los que se fijaban metas y costos. Así el PPP representó un avance en la manera de presupuestar, aún su cultura está fuertemente arraigada entre los funcionarios presupuestarios y se utiliza aún mucho del lenguaje de ese modelo de presupuestación.

Más adelante, en el año 1996, se llevó a cabo la Reforma al Sistema Presupuestario (RSP) que buscó que el presupuesto incorporara una serie de técnicas modernas de gestión, como la planeación estratégica, la orientación al cliente, los indicadores de desempeño y la administración por objetivos.

En el sexenio pasado se mantuvo la nueva estructura programática y fue perfeccionada, donde el proceso presupuestario se convirtió en un Proceso Integral de Programación y Presupuesto (PIPP). Además, se estableció un sistema de metas presidenciales mediante el cual los titulares de las dependencias y entidades se comprometían a cumplir metas de desempeño definidas con la Presidencia.

Actualmente, y con el esfuerzo realizado a lo largo de muchos años, existe una infraestructura institucional y tecnológica que constituye una base sólida para construir un PBR. En el contexto del enfoque de gestión para resultados, el Ejecutivo Federal, por conducto de la SHCP, la SFP y del CONEVAL, ha dispuesto la adopción del PBR como el inicio de un nuevo tipo de gestión pública para resultados que modifica y mejora de manera estructural el proceso de planeación, programación, presupuestación, aprobación y ejercicio presupuestario, y que tiene como una de sus principales vertientes la evaluación de los programas de gobierno. De esta forma el PBR consiste en un conjunto de procesos e instrumentos que permitirán que las decisiones involucradas en el presupuesto incorporen, sistemáticamente, consideraciones sobre los resultados obtenidos y esperados de la aplicación de los recursos públicos.

No hay que perder de vista que dicho proceso se encuentra en implementación; pues la institucionalización del Sistema de Evaluación del Desempeño (SED), se inician los cambios jurídicos en 2008 para instrumentar el Presupuesto Basado en Resultados (PBR). La correcta aplicación y evaluación del presupuesto llevará algunos años, para lograr efficientarlo de manera integral, venciendo todas las resistencias que se originen por antelación; y si bien a la fecha no existe en la literatura evidencias específicas de la evaluación de los resultados del impacto de todos los programas de gobierno; a groso modo se cuenta con una síntesis de los gastos destinados por rubro y que ejemplificamos a continuación:

Tabla 13 Presupuesto de egresos de la Federación 2007 Principales Programas

	Monto (Millones de \$) (% total)
Total 124 Principales Programas	235,758.6 -100.0
Suma 26 principales programas	166,296.3 -70.5
Hacienda y Crédito Público	
Programas de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas	5,698.4- 2.4 Programa de Esquemas de Financiamiento y Subsidio Federal para la Vivienda
	3,892.0- 1.7
Defensa Nacional	
Modernización y Equipamiento de los Cuerpos Policiacos, de Seguridad Pública y Nacional	3,598.0 -1.5
SAGARPA	
Procampo	14,857.1 - 6.3
Alianza para el Campo	7,319.7 - 3.1
Ingreso Objetivo	7,050.0- 3.0
Plan Emergente para la Producción de Maíz, Frijol, Caña de Azúcar y Leche	6,956.1- 3.0
Programa Ganadero (PROGAN)	4,946.2 -2.1
Fondo de Compensación a Costo de Energéticos Agrícolas, en el Marco de Apoyo a la Competitividad por Ramas de Producción	2,810.8-1.2
Economía	
Programa de Apoyos para PYMES	2,743.4 -1.2
Educación Pública	
Programa de Desarrollo Humano Oportunidades	16,550.0 -7.0
Modelo Comunitario de Educación Inicial y Básica para Población Mestiza (CONAFE)	1,984.8 -0.8
Salud	
Programa Seguro Popular	26,040.3 -11.0
Programa de Desarrollo Humano Oportunidades	3,928.8 -1.7
Seguro Universal de Salud para niños	3,200.0 -1.4
SEMARNAT	
Proárbol	3,933.6 -1.7
Programa de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento en Zonas Urbanas	3,686.6 -1.6
Programa para la Construcción y Rehabilitación de Sistemas de Agua Potable y Saneamiento en Zonas Rurales	2,614.7- 1.1
Aportaciones a Seguridad Social	
Programa IMSS-Oportunidades	5,487.6 -2.3
Programa Primer Empleo	3,000.0 -1.3
Desarrollo Social	
Programa de Desarrollo Humano Oportunidades	15,608.1 -6.6
Programa de Atención a Adultos Mayores	6,550.0- 2.8
Programa de Apoyos para el Consumo de Energía Eléctrica y Gas	3,500.0- 1.5
Programa Hábitat	2,190.4 -0.9
Provisiones Salariales y Económicas	
Fondo Metropolitano	3,000.0 - 1.3
Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología	
Programas del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología	5,149.8 -2.2
Los otros 98 principales programas	69,462.3 - 29.5

Fuente: shcp, 2009

Las etapas del desarrollo en México y la región centro

En el análisis de las estrategias y políticas para el desarrollo regional en México se ha señalado que en las agendas gubernamentales se ha incorporado el aspecto regional (espacial) dentro de los lineamientos, políticas, planes y programas. Normalmente estos estudios tienen en común la separación del análisis en periodos que corresponden a diferentes administraciones del gobierno federal.

Entre los trabajos que han analizado adecuadamente dichos periodos destacan los de Sobrino (1993; 115-169) y Carrillo (1998; 77-89) quienes coinciden en señalar que durante el siglo XX se pueden identificar las siguientes etapas:

- 1) acciones pioneras, 1915-1940,
- 2) políticas de impacto territorial aislado, 1940-1970,
- 3) estrategia económica nacional y política de desarrollo equilibrado, 1971-1976,
- 4) planificación urbano-regional institucionalizada, 1977-1982,
- 5) sistema nacional de planeación y acciones ante la crisis económica 1983-1988,
- 6) acciones para el reordenamiento territorial y mejoramiento solidario de la calidad de vida de la población 1989-1994.

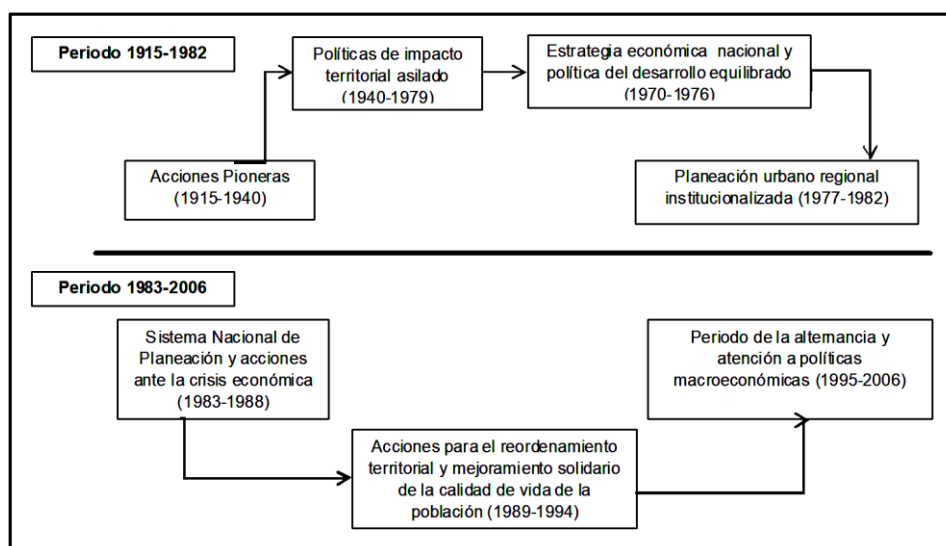
Cada una de estas etapas contempla acciones relevantes que incluyen leyes, planes nacionales, programas sectoriales, decretos, formación de comisiones, institucionalización del sistema nacional de planeación democrática. Son etapas en las que se destacan acciones relevantes que de alguna forma se han vinculado a la promoción del desarrollo regional a partir de la generación de condiciones socioeconómicas que propician el desarrollo o la intención de resolver las disparidades del desarrollo considerando más sus resultados que sus causas y las que han combinado objetivos económicos de redistribución de los beneficios del desarrollo con una base económica que permite el sistema autónomo del desarrollo (Carrillo, 1998; 79-80).

Se ha considerado incluir la etapa reciente a la que se ha denominado periodo de la alternancia y atención a políticas macroeconómicas (1995-2006) esto en virtud de que no se puede dejar de señalar la disminución en importancia que ha tenido en los sexenios recientes la planeación urbano-regional. De este modo se tiene la etapa séptima y se define como:

- 7) Alternancia política y atención en las políticas macro-económicas 1995- 2006

Una idea de las etapas de intervención pública en la planeación del desarrollo en el país aparece en la gráfica siguiente:

Gráfica 13 Etapas de intervención pública en la planeación del desarrollo en México (1915-2006)



Fuentes: Sobrino, Jaime (1993). Gobierno y administración metropolitana y regional. México, DF., Instituto Nacional de Administración Pública. Y Carrillo Huerta, Mario M. (1998). "Estrategias y Políticas de Desarrollo Regional en México" en Mario M. Carrillo Huerta y René Valdivieso Sandoval (Coordinadores). Tlaxcala en el Marco de la política regional mexicana. Tlaxcala, Tlax. Universidad Autónoma de Tlaxcala; CIISDER-UAT, 1ª Ed.

Por lo que se refiere a la medición de los niveles de desarrollo en las entidades de la región centro de México, se encuentran variaciones en los valores reportados y obtenidos; los cuales se muestran a continuación en el cuadro III; vale la pena señalar que dicho desarrollo es un proceso mediante y durante el cual se mejora la calidad de vida y que la conjunción de un número muy alto de elementos de bienestar, se ha optado por medirlo con indicadores que combinen esos elementos de forma significativa, es decir de una forma que puedan ser útil al hacer comparaciones entre los procesos de desarrollo de diversas regiones o de una misma región a través del tiempo (Carrillo,2002:22)

Un índice de desarrollo se construye como una suma donde dada las variables que influyen en la calidad de vida de la sociedad, donde las ponderaciones son subjetivas o mediante el uso de modelos estadísticos específicos y las ponderaciones se determinan dentro del modelo. La región centro del país se encuentra conformada por el Distrito Federal y los estados de Hidalgo, México, Morelos, Puebla, Querétaro y Tlaxcala. Se trata de una región de contrastes, diversificada y con un gran potencial económico.

En cuanto al marco nacional destaca el hecho de que la evolución de la población es un factor de primera importancia pues de ella se han de derivar múltiples aspectos tanto económicos, de planeación, educación, vivienda, salud, empleo y, en general, todos aquellos aspectos que harán posible una eficiente actuación, en particular, del sector público en tanto núcleo promotor de las políticas del desarrollo sustentable.

La población de nuestro país, en el período 1900-2005, vio incrementar de forma drástica su volumen y ritmo de crecimiento, pues pasó de menos de diez a más de 100 millones de habitantes. El punto de inflexión que representa el parteaguas de ese crecimiento acelerado es el año de 1950. La población urbana ha aumentado de forma más rápida que la población mixta o que la rural. Se puede decir que cerca del 65% de la población total del país es urbana, cerca del 23% es rural y el 12% es mixta (residiendo en localidades de entre 5 000 y 14999 habitantes)

Por lo que se refiere a la integración de los índices de desarrollo regional por entidad federativa, debe destacarse que, combinando ese conjunto de variables, en particular al llegar el año 2000, las entidades con mayor nivel de desarrollo son el Distrito Federal (2.05631), Tlaxcala (0.05172) y México (0.01593); las que presentan un grado de desarrollo intermedio son Morelos (-0.09698) y Querétaro (-0.17106) y las que registran bajo nivel de desarrollo son Hidalgo (-0.86571) y Puebla (-0.99021). (Ver cuadro II).

Tabla 13.1 Índices del desarrollo Regional Sustentable por Entidad Federativa de la Región Centro de México: 1970-2000

Año \ Estado	1970		1980		1990		2000	
	Índice	Rango	Índice	Rango	Índice	Rango	Índice	Rango
Distrito Federal	2.03405	1	1.92879	1	2.02029	1	2.05631	1
Hidalgo	-0.87974	7	-0.94084	7	-0.90702	7	-0.86571	6
México	0.452	2	0.65233	2	0.45224	2	0.01593	3
Morelos	0.01777	3	-0.00272	3	0.0006	3	-0.09698	4
Puebla	-0.53448	5	-0.75582	6	-0.74191	6	-0.99021	7
Querétaro	-0.49597	4	-0.50819	5	-0.38822	4	-0.17106	5
Tlaxcala	-0.59364	6	-0.37354	4	-0.43598	5	0.05172	2

Fuente: elaboración propia mediante el método de componentes principales.

En la construcción de los índices de desarrollo regional para las siete entidades federativas de la región centro del país se consideraron las siguientes variables:

$$ID = f(X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7, X8, X9, X10, X11 \text{ y } X12)$$

ID= Índice de desarrollo de cada entidad federativa.

X1= Población total.

X2= Nivel de urbanización (población que radica en localidades de 15 mil habitantes y más, respecto a la población total municipal).

X3= Tasa de crecimiento poblacional intercensal.

X4= PEA del sector industrial respecto a la PEA total.

X5= Participación de la Pea respecto a la PEA total.

X6= Densidad de población.

X7= Nivel de alfabetización municipal (población de 6 años y más que sabe leer y escribir respecto a la población total de 6 años y más).

X8= Porcentaje de viviendas con agua entubada.

X9= Porcentaje de viviendas con piso de cemento.

X10= Porcentaje de viviendas con energía eléctrica.

X11= Porcentaje de viviendas con radio.

X12= Porcentaje de viviendas con televisión.

13.2 Conclusiones

La evaluación de las políticas públicas tiene su fundamento en el desempeño de la gestión pública; la cual se erige como el centro de las preocupaciones de los tomadores de decisiones de las instituciones gubernamentales. Dicho proceso evaluativo se considera imprescindible si queremos garantizar el desarrollo y la sustentabilidad en los tres niveles de gobierno, tanto a nivel Federal, Estatal y el Municipal.

La necesidad de involucrar el desarrollo sustentable en todas las dimensiones de la planeación gubernamental, exige optimizar la eficacia de la planeación de las políticas públicas; pero sobre todo requiere lograr la eficiencia en la operación y evaluación de las mismas. Los mecanismos de rendición de cuentas hacia los ciudadanos y los grupos de interés que rodean la acción pública, son los fundamentos básicos que han tenido los gobiernos para poder impulsar el desarrollo de indicadores del desempeño en todas las tareas de las instituciones públicas.

Cabe mencionar que las reformas a las políticas económicas y su rendición de cuentas, se venían ya impulsando desde el Consenso de Washington; donde la base de sus criterios económicos data de los años 90; y señalan la importancia de una disciplina presupuestaria (los presupuestos públicos no pueden tener déficit) y desde luego el reordenamiento de las prioridades del gasto público debe concentrarse donde sea más urgente.

Así las recomendaciones de políticas económicas del Consenso de Washington marcaron la agenda de reformas en América Latina, durante la primera mitad de la década de los noventa. Estas fórmulas ponían el acento en los cambios institucionales que se relacionan con la disciplina fiscal, la reorientación del gasto público hacia la salud y la educación, las privatizaciones de las empresas públicas y sobre todo la desregulación de los mercados.

Sin embargo, la evidencia empírica demuestra que las iniciativas implementadas hasta mediados de los años noventa, se centraron principalmente en el restablecimiento de los equilibrios macroeconómicos y la restructuración de incentivos de mercado (Haggard, 1997). Este proceso de reformas en América Latina, logró reducir el déficit fiscal promedio de la región de un 2,2% del PIB en 1990 a un 1,1% en 1997, no obstante subsistieron en la mayoría de los países latinoamericanos los altos niveles de pobreza y desigualdad social. Ante aquel contexto, en 1998 la CEPAL propuso, a través del Pacto Fiscal, un re-direccionamiento de las reformas del Estado, enfatizando la necesidad de un desarrollo institucional y del fortalecimiento de la gobernabilidad en los países miembros (Cristóbal y Armijo, 2005).

En el ámbito político estas propuestas se formalizaron durante la Cumbre de las Américas de 1998, denominado Consenso de Santiago (o neo-Consenso de Washington). Este conjunto de proposiciones plantearon que las debilidades institucionales, constituyen un cuello de botella, para las transformaciones económicas más profundas en los países de América Latina, reafirmando así; que la calidad del control en el gasto público es tan importante como el balance fiscal de las economías (ibid). De este modo se puede observar, como la preocupación por un funcionamiento adecuado de las instituciones de gobierno en países como el nuestro, han vuelto a estar en el centro del debate y donde la adecuada planeación, operación y evaluación de las políticas públicas, constituyen el eje rector para una correcta implementación del gasto público. Así, en el marco de estas reformas de segunda generación, surge un conjunto de iniciativas y programas gubernamentales dirigidos a desarrollar mecanismos de evaluación de la gestión pública, entre los cuales se ubican los sistemas de indicadores de desempeño.

En consecuencia, actualmente existe un amplio consenso sobre la conveniencia de evaluar regularmente las acciones de gobierno, con el propósito de conocer si están o no cumpliendo con los objetivos que justifican su existencia y los recursos públicos que se destinan a ellas. De este modo el Estado mexicano adoptó decisiones encaminadas a substanciar un esfuerzo amplio y sistemático de evaluación que le permitiera justamente conocer los resultados del actuar de sus instituciones públicas. En ese sentido La Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y la Ley General de Desarrollo Social; ambas leyes aprobadas hacia el final de la administración del presidente Vicente Fox, constituyen las piezas centrales de lo que ha venido a conocerse como la Política Federal de Evaluación en México y que se integra por instrumentos de gran valor como el Sistema de Evaluación del Desempeño (SED), el Presupuesto basado en Resultados (PbR) y la evaluación de la política de desarrollo social, encabezada por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL).

Desde luego dentro de este contexto también ya se asume, que los propios ciudadanos desde siempre ya evalúan subjetivamente, la calidad, cantidad y oportunidad de los bienes y servicios recibidos, a través de las políticas públicas que les otorgan sus gobiernos en los distintos niveles; situación que genera resultados y en los más de los casos, una inconformidad que se manifiesta claramente a la hora de elegir a sus gobernantes; incrementándose así las demandas sociales.

13.3 Referencias

Carrillo Huerta, Mario M. (2002). Estudios regionales en México. Selección de teoría y evidencia empírica, Puebla. Universidad Autónoma de Puebla, 1ª. Ed.

Carrillo Huerta, Mario y Valdiviezo Sandoval, René (1998). Tlaxcala en el Marco de la Política Regional Mexicana (Universidad Autónoma de Tlaxcala).

Carrillo Huerta, Mario, Sergio Flores González, Martha Elena Cubillas Amézquita y Gabriel Reyes Cardoso (2001). La Educación para el Desarrollo Regional Humano Sustentable en el Estado de Puebla. SEP.

Cabrero Mendoza, Enrique (1997) Del administrador al gerente público, INAP; México.

Cristóbal Bonnefoy Juan y Armijo Marianela (2005). Indicadores del desempeño en el sector público, ILPES.

Haggard Stephan and Kaufman Robert R. The Political Economy of Democratic Transitions Source: Comparative Politics, Vol. 29, No. 3, Transitions to Democracy: A Special Issue in Memory of Dankwart A. Rustow (Apr., 1997), pp. 263-283

Moncayo Jiménez, Edgar (2007) "Nuevos enfoques teóricos, evolución de las políticas regionales e impacto territorial de la globalización"; Santiago de Chile; Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES-CEPAL).

Natalichio, Ricardo (2007), "Tema especial. Desarrollo sustentable" en PNUD (2000), Informe sobre desarrollo humano, 2000, España; Ediciones Mundi Prensa, 1a Ed.

Ramos, José María y Sosa Félix (2011), La Evaluación de Políticas Públicas en México. El Colegio de la Frontera Norte, Instituto Nacional de Administración Pública.

René Valdivieso Sandoval (Coordinadores). Tlaxcala en el Marco de la política regional mexicana. Tlaxcala, Tlax. Universidad Autónoma de Tlaxcala; CIISDER-UAT, 1ª Ed.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 2009, Informa Sobre la Situación Económica, las finanzas Públicas y la Deuda.

Sobrino, Jaime (1993). Gobierno y administración metropolitana y regional. México, DF., Instituto Nacional de Administración Pública. Y Carrillo Huerta, Mario M. (1998). “Estrategias y Políticas de Desarrollo Regional en México” en Mario M. Carrillo Huerta y Stephan Haggard y Robert R. Kaufman (1995) The Political Economy of Democratic Transitions, Princenton University Press Kliksberg, Bernardo (1995) Clave para una nueva Gerencia Social Eficiente. Centro Latinoamericano de Administración para el desarrollo (CLAD), Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Editorial Norma. Buenos Aires.

www. SEDESOL (2001). Programa nacional de desarrollo urbano y ordenación del territorio, 2001-2006, México D.F.

www. INEGI (2006) II Censo de Población y Vivienda en www.inegi.gob.mx

www. SHCP, 2009

www.ecoportal.net

www.coneval

La toma de decisiones: Herramienta fundamental para la empresa Estampados Industriales, S. A. de C. V.

Yolanda Cortés, Jovita Neri, Rafael Estrella y Marco Torres

Y. Cortés, J. Neri, R. Estrella y M. Torres.
Universidad Autónoma de Querétaro, Facultad de Contaduría y Administración, Cerro de las Campanas s/n C.P.
76010 Santiago de Querétaro, Qro. México.
finanzasycobranzas@hotmail.com

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

The objective of this research is to know the way in which the owner of Estampados Industriales , SA de CV has executed decision to today achieve growth in their productivity and structure in spite of the changing characteristics that the auto sector presents. The project was developed in two parts the first, the theoretical framework for decision making and the second contains the development of the qualitative research method and the results over the lider and the company. The most important findings : The leading enterprise approach handles rule of De Bono (2008) in their decision-making: alternatives, possibilities and choices (APO) . It is also a leader with the descriptive characteristics that Etzioni (2006) states in that does not sit , but takes the course indicated by their knowledge, experience , inner voice, intuition and any available information .

14 Introducción

Las empresas del sector automotriz, en específico las del sector autopartes, en San Juan del Río, en su mayoría son empresas pequeñas, que con frecuencia se enfrentan a crisis internacionales, lo cual en ocasiones les impide el realizar un plan de crecimiento a largo plazo, la tecnología para este sector en cuanto a la maquinaria que se ocupa es muy costosa y aunado a esto, existe la amenaza para las pequeñas empresas de desaparecer si no se toman decisiones que provoquen un crecimiento al mismo ritmo del municipio y estado.

Este proyecto es importante dado que existen pocos estudios sobre empresas que pertenecen al sector automotriz en el municipio y el problema que puede ocasionar el no tomar decisiones atinadas puede ocasionar el cierre de las mismas.

14.1 Metodología

Esta investigación pertenece al método cualitativo, es una investigación de campo en específico un estudio de caso descriptivo y exploratorio. Las técnicas utilizadas fueron: visitas, entrevistas (estructuradas y no estructuradas) y observaciones indirectas y directas repetitivamente, la estrategia consistió en realizar un plan de acción consistente en primer lugar en lograr el acercamiento con el lider a través de un familiar, posteriormente, se calendarizaron 2 semanas de dos a tres horas diarias (Hernández, et al., 2006:26). En lo relacionado al análisis y validez de la información , se ejecutó a través de lo que plantea Rialp (2002) en cuanto a la Validez de Contenido, Revisión de los items por expertos.

14.2 Resultados

Análisis descriptivo

En primer lugar se dan a conocer las características individuales del empresario y la empresa objeto de estudio.

Perfil del dueño. Hijo de familia, ocupa sexto lugar de ocho, su padre fue obrero calificado, vive, su madre se dedicó a los quehaceres del hogar, finada.

Primaria: destaca como líder en declamación y poesía, compitiendo internamente y posteriormente representa a la zona a la que pertenece con otras zonas obteniendo algunos reconocimientos para la escuela. Secundaria: el grupo lo elige como subjefe de grupo y es él quien toma las decisiones del grupo concluyendo los estudios como técnico en dibujo técnico industrial. Nivel medio superior: egresado del CECYT , Juan de Dios Batiz, termina como técnico en máquinas y herramientas con conocimientos básicos de ingeniería.

Escuela superior: Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas (UPICSA). Desarrolla su formación en la Licenciatura de Ingeniería Industrial con especialidad en Evaluación de Proyectos. Durante la carrera combina el trabajo y la escuela, ocupando cargos como: Inspector de Calidad, Auditor de Calidad y Producción. Al concluir sus estudios se desarrolló en el ámbito productivo, alcanzando niveles de gerencia de planta en la industria metal-mecánica.

Análisis exploratorio

Etapas de la organización

Primera etapa: decisión e inicio. Al término de la jornada de la primera semana del mes de marzo, 1996, donde desarrollaba el cargo de gerencia de planta, es llamado por la dirección para informarle que sus días de labor en la empresa habían terminado. Esto por supuesto fue sorprendente para él, sin embargo, era algo que podía suceder, ya que estaban recortando personal. En la siguiente semana, dos o tres empresas con las que se tenía contacto le ofrecieron empleo como gerente y otra como subgerente. A lo que pidiendo de favor lo dejaran pensarlo, ya que a su edad, 38 años, esto era crucial y no quería volver a pasar por esta situación.

Por obra de la casualidad en la misma semana un amigo le informó que conocía a una persona que tenía un taller de producción inactivo y que ponía a la venta su maquinaria. Esta información fue determinante ya que vio la posibilidad de desarrollar un negocio propio y fue la oportunidad para fortalecer la idea. En este caso, la intuición jugó un papel determinante en el rumbo del empresario.

Al presentarse con el dueño del taller y ver que la maquinaria se encontraba en condiciones de operación, ofreció la compra a cambio de un automóvil y una camioneta de modelos recientes. A lo que el dueño se negó diciendo que él tenía vehículos y lo que necesitaba era dinero. El día martes de la tercera semana de marzo de 1996, llegó una persona a tocar la puerta preguntando que si se vendía el Jetta negro que tenía, ya que un médico amigo de él le informó de éste. Se realiza la venta y el sábado de esa misma semana se logra vender la camioneta.

En la cuarta semana se concluye la compra-venta de las máquinas y se invita al dueño del taller, para hacer una sociedad (ya que no tenía dónde meter las máquinas). Acepta la propuesta. Se establece un plan de trabajo para dejar limpio el lugar y en condiciones de operación.

Recomendación. Derivado de la experiencia del empresario, él puede extender una recomendación para toda persona que aún no toma la decisión de iniciar su proyecto de empresa siendo la siguiente: “el mejor plan de trabajo es dejar de hablar y ponerse a actuar”

Tabla 14 Decisión e inicio de la empresa 1996

MZO. SEM 2	MZO. SEM 3	MZO. SEM 4	ABRIL Y MAYO	JUNIO
Vio	Vende Jetta	Concluye	Trabajo de	Labor
posibilidad de	y Camioneta	compra de	limpieza,	de
desarrollar		las	acomodo	ventas
negocio		máquinaria.	de área y	
			Mantto.	
			En el taller	

Elaboración propia con información entrevista ESTAMP01

Segunda etapa: arranque. Se trabajó en la preparación del taller en limpieza, orden y acomodo, identificación de áreas y en mantenimiento de maquinaria y equipo en un período de sesenta días. Se empezó a trabajar sobre la carta de presentación de la empresa en desarrollo, establecido una estructura organizativa que por supuesto para esta fecha era ficticia. Este fue un golpe de audacia que le permitió al empresario avanzar en su proyecto.

Dentro de lo que fue la planeación, se trabajó en la localización de proveedores, un diseñador, un taller mecánico certificado para maquinado de partes, un taller de tratamientos térmicos y un proveedor de aceros planos, elementos básicos para poder iniciar operaciones.

Con la carta de presentación y el respaldo de proveedores para las necesidades de producción que se planeaban, se incursionó en la labor de ventas obteniendo como resultado el primer contrato y, en consecuencia, el arranque de la maquila en julio de 1996, en la ciudad de México.

Se trabajó intensivamente haciendo la maquila durante cinco meses a una empresa de fabricación de amortiguadores, a finales de noviembre del mismo año se quebranta la sociedad debido a que el socio no acepta montar un segundo turno. Debido a la inercia que se traía en ventas, las cuales siguen su proceso de crecimiento se tuvo la liberación de nuevos proyectos, mismos que llevan a cabo su desarrollo en la ciudad de San Juan del Río, debido a que el socio pide retirar las máquinas de su taller.

Se da inicio a la instalación del taller en San Juan del Río el 15 de diciembre de 1996, por supuesto el nuevo taller tiene menos maquinaria, pero más espacio y se redoblan fuerzas, ante esta situación se negocia con los talleres de proveeduría un plan de contingencia, ya que la gente de ingeniería de las empresas en desarrollo solicitan ver físicamente el taller al cual se le aprobarán los nuevos proyectos.

Se logra convencer de la capacidad y el plan de trabajo que se tenía para la realización de nuevos proyectos, entregando el primer proyecto para la fabricación de herramientas y las partes de producción.

En esta etapa, Estampados Industriales ejerce ante hacienda como persona física. De igual forma en este período se fortalecen las relaciones comerciales como proveedor de la industria automotriz surgiendo como empresa de nueva creación con fines competitivos de servicio con un enfoque direccional hacia la calidad, llevado a cabo mediante:

- a) Una política gerencial práctica enfocada en la motivación y capacitación del personal.
- b) La reducción de costos
- c) La entrega oportuna de los productos o servicios proporcionados.
- d) Buen servicio a los clientes.

Estableciendo los lineamientos que determinarán el futuro de la empresa: una política de calidad, con una visión y misión muy claras. Logrando con lo anterior crecimiento en la mano de obra, maquinaria y equipo.

Tabla 14.1 Arranque

Julio 1996	Noviembre 1996	Diciembre, 1996
Confirmación 1er. Pedido	Se quebranta la sociedad	Inicia operaciones en San Juan del Río.
Liberación de nuevos proyectos		Entrega de 1er. Proyecto de fabricación de hts. Y partes de producción.
Negociación con talleres de proveeduría ya que los clientes quieren conocer el taller físicamente.		Ante la S.H.C.P. Está constituida como persona física.

Fuente: elaboración propia con datos de entrevista ESTAMP01

Tercera etapa: fortalecimiento y estabilidad. Se cambia la razón social de persona física a persona moral surgiendo en el 2000 como una Sociedad Anónima de Capital Variable. En esta etapa se determinan objetivos aún más ambiciosos:

La adquisición de un terreno en la Zona Industrial.

Adquisición de maquinaria más versátil.

Fortalecimiento de la estructura organizacional.

Trabajar con el sistema de gestión de calidad para lograr la Certificación

ISO.

Desarrollo de ingeniería propia.

Fabricación de herramientas

Entre 2003 y 2009, como resultado de toda la gestión empresarial se lleva a cabo de la construcción de la empresa en el terreno adquirido.

En la primera semana de abril de 2010 se hace el cambio a las instalaciones propias de la empresa. Gracias al trabajo desarrollado por el equipo interdisciplinario del personal que integra la empresa Estampados Industriales, S.A. de C. V. se logra la Certificación ISO 9001-2008 en diciembre del 2011.

Con este nuevo avance la empresa se prepara para dar inicio y fortaleza con la creación de una nueva empresa que se dedicará a la inyección de plástico para el uso automotriz.

Tabla 14.2 Fortalecimiento y estabilidad

Año 2000	2003-2009	2010	2011
-Constitución como una S. A.	-Construcción de la empresa en terreno adquirido.	Cambio a Instalaciones propias.	- Diciembre.
-Aquisición de un terreno.			Certificación ISO 9001-2011.
-Compra maquinaria más versátil			-Incluye el proceso de inyección de plástico para uso automotriz.
-Fortalecimiento de la estructura organización			
-Trabajar bajo sistema de gestión de calidad para certificarse en ISO.			
-Desarrollo de ingeniería propia.			

Fuente: elaboración propia con datos de entrevista ESTAMP01

Realizando un análisis de la información proporcionada por el empresario se precisa que este líder maneja la regla del planteamiento de De Bono (2008) en cuanto a alternativas, posibilidades y opciones (APO) ya que desde un inicio en cada etapa, en primera instancia, siempre tiene ya una alternativa u opción ante una limitante.

Por lo anterior también puede considerarse que el líder se ajusta a la descripción de Etzioni (2006). No se quedó sentado, sino que tomó el rumbo indicado por su conocimiento, experiencia, por su voz interior, por su intuición y por cualquier información disponible que se comprometiera con sus decisiones, tiene sus impulsos a toda marcha hacia adelante y rehace el mundo en lugar de tratar de comprenderlo.

Dueño con un alto nivel de riesgo desarrollado (Janis y Man (1977) ya que el sinnúmero de decisiones que toma en el día a día le permite con mayor facilidad tomar riesgos cada vez más retadores en su empresa. Esto ha sido fundamental para el crecimiento y permanencia en el sector.

Haciendo uso de la regla del pensamiento lateral (De Bono, 2008) en cuanto a que tiene en todo instante bien definidos sus propósitos, objetivos y metas (POM).

Comparte la idea, categorizada por el autor Carrillo (2010) del desarrollo que ha tenido el sector en el estado, pero aún más en el municipio y se identifica claramente como actor principal en su organización. Se identificó un perfil de empresario que surge del trabajo en el piso de la fábrica, que conoce todas las partes del proceso de trabajo; que, gracias a su experiencia laboral desarrolló habilidades directivas que combina el conocimiento directo y la capacidad de decidir qué hacer en función de las circunstancias, oportunidades y eventualidades que se le presentan.

Tabla Aplicación de la toma de decisiones en la empresa

Año	Autor	Contribución a la Toma de Decisiones	Observaciones
2008	De Bono	Reglas del pensamiento Lateral: “El Se identificó esta pensamiento lateral se refiere a los aplicación de procesos mentales de la creatividad e Toma de ingenio. Alternativas, decisiones debido Posibilidades y Opciones. a que en cada Tiene en todo instante bien definidos etapa, el dueño sus propósitos, objetivos y metas siempre tiene ya (POM). una alternativa o bien opción ante alguna presente. limitante que se	(APO)

Fuente: elaboración propia con datos de entrevista ESTAMP01

14.3 Discusión

Una micro o pequeña empresa difícilmente puede tener la oportunidad de crecer bajo las pocas o casi nulas oportunidades desde ventas hasta crédito. Sin embargo, este estudio de caso demuestra que en realidad lo único que es necesario para crear una empresa es tomar la decisión y en consecuencia todas las necesarias.

Es importante resaltar que es mucho menor la oportunidad de crecimiento y creación de empresas del sector autopartes, ya que están supeditadas a lo que la globalización disponga en su entorno. La mayoría de ellas no realiza la contratación de créditos por la incertidumbre del sector, adicional a que no existe conocimiento por parte del gobierno en cuanto a los apoyos que pudieran aprovecharse y de esta forma alimentar el crecimiento del propio municipio.

El estado de Guanajuato ha realizado estrategias impresionantes que han llevado a grandes armadoras a establecerse en ese estado, algo que sería vital en San Juan del Río.

14.4 Conclusiones

Los principales hallazgos de esta investigación nos permiten determinar que:

Debido a lo cambiante del sector autopartes, es necesario que los líderes de las empresas de este sector se ubiquen bajo ese mismo esquema, es decir, estar dispuestos al cambio constante, así como el ritmo por demás en exceso rápido de la correcta toma de decisiones.

El crecimiento de la empresa está ligado directamente con cada decisión tomada por su líder.

Más que analizar una toma de decisiones, intervienen la experiencia, la intuición, la voz interior para ejecutar cualquier acción.

La empresa tiene establecidos claramente cuáles son sus objetivos, así como un plan de crecimiento a largo plazo.

14.5 Agradecimientos

A la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ) y a la empresa Estampados Industriales, S. A. de C. V.

14.6 Referencias

Carrillo, M. (2010) Psicología y trabajo 1ª. Ed. (p. 33, 70, 254) México: Universidad Autónoma de Querétaro.

De Bono, E. (2008). El pensamiento lateral práctico. (p. 27). España: Paidós Ibérica.

Etzioni, A. (2006). La adopción de decisiones humilde. Harvard business review, p. 49. España: Deusto

Janis, L. y Mann, L. (1977). Decision Making. USA: The Free Press. P.5

Rialp (2002) Ilustraciones de Luis Borobio. 46ª. Edición Madrid, pag. 79

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2006) Metodología de la investigación. 5ª. Ed. México, Mc. Graw Hill pag. 26

Las MiPyMEs y la pobreza en una región del Estado de Oaxaca 2013

Ana Ramos, Mauro Sánchez y Guillermo Trejo

A. Ramos, M. Sánchez y G. Trejo

Universidad Autónoma “Benito Juárez” De Oaxaca (UABJO). Facultad de Contaduría y Administración (FCA) Av. Universidad S/N, Ex - Hacienda de 5 Señores, Oaxaca, Méx. C.P. 68120
analuz_606@yahoo.com.mx

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

Research Works (Lefcovich, 2004) have obtained the result that small businesses are created ignoring that they have little chance of survival. As the experience that has had 50% of them fail in the first year of activities and not less than 90% before five years, within five years among the factors that have been identified that reveal the failure are lack of experience in the administration of the company, so the focus of this job is to answer the following research question: What are the economic and social factors affecting the failure of the Micro Small and Medium Enterprises (MiPyMEs) in the Mixteca region of Oaxaca? The general objective of developing art history that allows the design of a causal model that includes the variables: poverty, marginalization, inequality and MiPyMEs, work responds to the hypothesis: The high levels of poverty, marginalization and inequality are economic factors and social impact on the failure of small businesses in the Mixteca region of Oaxaca state, slowing the development of the region.

15 Introducción

A nivel mundial las MiPyMEs representan el segmento de la economía que aporta mayor número de unidades económicas y personal ocupado, 90% o un porcentaje mayor de las unidades económicas totales en el contexto internacional son MiPyMEs. De estas empresas el segmento más importante es el de las microempresas las cuales representan entre el 60 y 90% de las unidades económicas en América Latina (INEGI, 2009).

En México las MiPyMEs representan el 99.8% de las unidades económicas, estas generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país (INEGI 2010). Por ello la importancia de estudiar su situación actual y resolver los problemas a los que se enfrentan. Pues al ser estas las principales generadoras de empleo, no se ve un aumento en la riqueza del país. Recientemente el CONEVAL (2010) indico que en México 46.3% de la población se encuentra en situación de pobreza.

Oaxaca es una de las entidades federativas con mayor porcentaje de personas en situación de pobreza. En 2008, 61.8% de su población se encontraba en pobreza multidimensional sumando un total de 2.2 millones de habitantes; para 2010, el porcentaje de la pobreza multidimensional se elevó a 67.1%, lo que significa un total de 2.5 millones de personas en esta condición, (Oaxaca Finanzas, 2013).

La Mixteca Alta es una región, ubicada al norte del Estado de Oaxaca, en un lugar estratégico para el comercio y la capacitación, donde predomina la población indígena de las etnias: mixteca, chocholteca y triqui. Culturalmente es una región que se rige por usos y costumbres, donde la población se caracteriza por su apego a la religión católica. Representa la cuarta concentración de población en el Estado, la mayor parte de esta población son jóvenes en edad productiva, los cuales tienen la capacidad de ampliar sus conocimientos por medio de la capacitación y educación.

Económicamente es una Región dedicada en su mayoría a la agricultura de temporal basada en el cultivo de jitomate, frijol, maíz y trigo principalmente.

Venden su producción a intermediarios, ya que no cuentan sistemas de comercialización ni con procesos de transformación. Los microempresarios de esta Región, son personas de 30 a 60 años. El 65% de ellos basa su gestión comercial en la experiencia que ha obtenido en los años que llevan en el negocio. Estos microempresarios, son personas de la comunidad con un grado de estudios máximo de secundaria. Al ser en su mayoría microempresas familiares, el dueño, es el gerente y administrador y en ocasiones apoya a los procesos de producción.

Por ello el estilo de liderazgo que se ejerce en estas empresas es autócrata, el 58% de los empresarios no toman en cuenta lo que sus empleados sugieren, (Rocha Ocampo Mayté Janet, 2006).

No se ha dado una transición de las microempresas familiares a estructuras modernas de organización, que permitan crear valor agregado a sus productos y tener participación en los mercados con ventajas competitivas, basadas en la creatividad y la innovación. Estas empresas se caracterizan por poseer estructuras clásicas, experiencia en la elaboración de los productos, pero desconocimiento en gestión administrativa y comercialización. Este desconocimiento hace que las microempresas nazcan sin objetivos claramente establecidos, sin planeación, adecuándose a las necesidades de la región, pero sin ser necesariamente lo que se necesita para consolidarse y promover un cambio significativo.

Las microempresas, enfrentan grandes problemas de competencia, organización, capitalización y mecanismos para llegar a los mercados. Por lo tanto se han identificado factores económicos y sociales, como conflictos entre familias, la cultura de las comunidades y el rezago educativo, que han incidido en el poco crecimiento de las empresas.

En la Mixteca Alta del Estado de Oaxaca se encuentran 15,182 unidades productivas de las 5.1 millones de empresas que se contabilizaron en el país en el año 2010 (INEGI). Estas 15,182 empresas generan empleo para 483,966 personas y remuneraciones por 3'012,670 pesos. Sin embargo, la región ocupa el cuarto lugar en pobreza en el Estado de Oaxaca, (cabe mencionar que Oaxaca ocupa el tercer lugar en pobreza en el país, solo por debajo de Chiapas y Guerrero).

Los municipios de la Mixteca con muy alto grado de marginación representan el 29.67% de la población de la región, 30.96% se encuentran en alto grado de marginación y 1.29% se encuentra en grado medio y de ellos el 55% de los 155 municipios que conforman la Mixteca (86 de ellos) tienen un alto y muy alto grado de rezago social.

Esta situación genera servicios educativos deficientes en primaria y secundaria, que provocan importantes rezagos en educación, el 62.9% de la población de 15 años y más no terminó la educación básica y en promedio estudian 6.9 años (INEGI 2010) lo cual estimula que en la región exista déficit de capital humano y baja calificación de la mano de obra para generar ingresos, debido a estas barreras educativas y falta de capacitación.

Este rezago trae como consecuencia que no existan incentivos a la innovación que puedan generar un cambio en la comercialización y en la estructura de las microempresas.

Por lo que el aspecto central de este trabajo es darle respuesta a la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los factores económicos y sociales que inciden en el fracaso de las Micro Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) de la región de la Mixteca del estado de Oaxaca? Como objetivo general elaborar la historia del arte que permita el diseño de un modelo causal que incluya las variables: pobreza, marginación, desigualdad y MiPyMEs, el trabajo da respuesta a la hipótesis planteada: Los altos niveles de pobreza, marginación y desigualdad son factores económicos y sociales que inciden en el fracaso de las MiPyMEs de la región de la Mixteca del estado de Oaxaca, frenando el desarrollo de la región.

15.1 Materiales y métodos

El alcance de la investigación fue de corte cuantitativo, se llevó a cabo en dos fases; la primera fase documental con fuentes secundarias y la segunda etapa consistió en el trabajo de campo realizado en los municipios de Asunción de Nochixtlán, San Andrés Sinaxtla, Santo Domingo Yanhuitlán, San Juan Yucuita, y Santa María Chachoápam ubicados en la región de la Mixteca, en los cuales se aplicó una muestra piloto de 55 encuestas con 95 preguntas dirigidas a los microempresarios, para realizar el análisis de la problemática, contemplando variables como los antecedentes, organización y operación de la empresa, educación y capacitación, junto con indicadores de pobreza.

A partir del trabajo de campo se codificaron y analizaron los resultados en el programa SPSS 19 obteniendo la prueba de adecuación muestral KMO (Káiser-Meyer-Olkin), las comunalidades y el análisis de los principales factores que inciden en la problemática.

15.2 Resultados y discusión

Para definir las MiPyMEs, organismos internacionales como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional utilizan el criterio, del número de empleados que trabajan para delimitarla, el Banco Mundial define a la microempresa como, la que cuenta con un máximo de 10 empleados activos, a las pequeñas empresas aquellas que manejan con menos de 50 empleados activos, las medianas empresas que tengan menos de 300 empleados (Ayyagari, Beck, & Demirgüç-Kunt, 2007). (Ver tabla 1)

Tabla 15 Definición del Banco Mundial
(Número de empleados, dólares)

	Empleados	Ganancias	Activos
Microempresa	1-10	100,000.00	100,000.00
Pequeña empresa	10-50	3,000,000.00	3,000,000.00
Mediana empresa	51-300	15,000,000.00	15,000,000.00

Fuente: autores sobre Ayyagari, Beck y Demirgüç-Kunt (2007, pág. 433)

El Fondo Monetario Internacional maneja el concepto, no por el número de empleos, sino considera a las MiPyMEs a aquellas empresas donde exista una relación directa entre propiedad y gestión, otro criterio que señala es la responsabilidad del propietario en todo a lo concerniente a las decisiones relevantes y conducción de la empresa. (Álvarez Mariano: 2009; 24).

El Mercado Común del Sur (MERCOSUR) elaboraron una fórmula que articula distintas definiciones de los Estados miembros, de tal manera que la Comisión de la Pequeña y Mediana Empresa del sub grupo de trabajo 7 generó un coeficiente que se realiza a través de una relación ponderada de las características de las empresas con los valores de referencia de MERCOSUR.

$$C = 10 * \frac{\left(\frac{Po}{Pr} * \frac{Vb}{Vr} \right)}{2}$$

(15)

Po= personal ocupado

Pr = Personal de referencia

Vb= Ventas brutas anuales

Vr= Ventas brutas de referencia

Tabla 15.1 Definición del MERCOSUR

	Empleados	Ganancias	Coeficiente
Microempresa	20	U.S 400,000.00	0.50
Pequeña empresa	100	U.S. 2,000,000.00	2.58
Mediana empresa	300	U.S. 10,000,000.00	10.0

Fuente: reproducido desde Red Académica Uruguay (1995)

De acuerdo al trabajo realizado por la CEPAL, menciona que este concepto no respeta la heterogeneidad de tamaño de los miembros del MERCOSUR, y como se puede observar en la tabla dos los umbrales son elevados, pero este coeficiente se puede tomar en cuenta en regiones homogéneas.

Otras definiciones que se pueden rescatar de América Latina, Estados Unidos y la Unión Europea, que toma en cuenta la heterogeneidad y la utilización de otros criterios por ejemplo: En países como Argentina o México, donde la definición cuenta con sub-categorías para los distintos tipos de sectores (Comercio, Industria y Servicios, entre otros), se tomaron en cuenta únicamente los criterios para las MiPyMEs del rubro Comercio; En países como Brasil y Ecuador, donde las distintas sub-regiones pueden diferenciarse entre ellas en materia de definición, se utilizó la nacional o federal; En Ecuador la definición se encuentra en revisión, actualmente se clasifica solo a las Pequeñas Empresas, para Microempresa se utiliza la clasificación de sector Artesanal, que es el 25% del umbral de Pequeña Empresa; En el caso de definiciones por fórmulas, como lo es la de Costa Rica, se ejemplificó con el máximo valor que cada uno de los componentes de la fórmula podrían adoptar para, en conjunto, entregar el valor del umbral de las categorías, de acuerdo a la fórmula y umbrales que siguen:

$(0.6 * \text{personal}/100 + 0.3 * \text{ventas}/600,000,00 + 0.1 * \text{activos}/375,000,00) * 100 = 10$ microempresa, 35 pequeña empresa, 100 mediana empresa.

Dentro un concepto transversal, centrando la dimensión del empleo y que divide a los países de acuerdo al tamaño de su economía y de su población económicamente activa, se utiliza otra fórmula de cálculo de un indicador del tamaño del país:

$$\text{Indicador} = (\text{PEA nacional} / \text{PEAmundial} + \text{PIB nacional}/\text{PIBmundial})/2$$

Otra clasificación para medir las MiPyMEs, se encuentra la clasificación por sectores de la economía, utilizada en México, la cual se expone en la tabla número tres.

Tabla 15.2 Definición por sectores México

Empresas/sectores	Industria	Servicios	Comercio
Microempresa	1-10	1-10	1-10
Pequeña empresa	11-50	11-50	11-30
Mediana empresa	51-250	51-100	31-100

Fuente: reproducido desde la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la MiPyME

La CEPAL (2009) menciona que una vez que se ha definido los parámetros para una MiPyME, es necesario hacer una clasificación al interior del sector de la MiPyME, con el objetivo de analizar con mayor diferenciación entre las distintas características de las empresas, dado que el creciente sector de las MiPyMEs es heterogéneo a su interior y la efectividad de las políticas públicas enfocadas a él, dependerá del grado de conocimiento que se tenga de ellas. Por lo que se hace la siguiente clasificación:

Autoempleo, empleadoras: esta categoría articula los vínculos laborales entre trabajo y el capital al interior de la empresa, esta propone que se distinga entre MiPyMEs de autoempleo y de empleadoras, si quienes son propietarios a la vez son empleados y no existe un obrero externo contratado.

Ahora si existen empleados no propietarios vinculados a la empresa se estará hablando de una empresa empleadora.

Propiedad del capital: esta clasificación analiza la relación entre la dirección de la empresa y el capital que la compone, en esta categoría el propietario es el director de la empresa.

Establecimiento: para esta condición se necesita una base física establecida, es decir un local comercial, este concepto fue manejado por Salazar (2008) en la clasificación de las MiPyMEs que hacen en trabajos de la zona norte del Salvador, donde el investigador encontró una barrera en esa definición dado que deja fuera al sector informal de la economía, al comercio ambulante donde estas también forman parte de las micro empresas y muchas de ellas son hogareñas.

Urbana-rural: Para Parra Escobar (2000) en su estudio de la microempresa rural establece que existe una diferenciación entre las empresas rurales y urbanas, dado que tienen necesidades y formas de operar distintas, a pesar que comparten característica, por lo que menciona que es necesario separarlas para el diseño de política con la finalidad de maximizar los beneficios y reducir los esfuerzos en áreas no necesarias.

Formal e informal: la importancia de identificar a las empresas como formales e informales radica en la necesidad que se tiene del financiamiento, las que no se encuentran en la formalidad no podrán tener acceso a él.

Orientación productiva: “Otra clasificación, ya menos determinante pero no por ello menos relevante, es respecto de la orientación productiva de las MiPyMEs en función de su inserción en los mercados, desde la óptica que esto se hace en vistas de la supervivencia de la empresa; así, Briones (1998) establece cuatro tipos de supervivencia por inserción:

1. A través de productos diferenciados, como es el caso de los bienes suntuarios o las artesanías, que son producidos de manera particular y su originalidad los distingue de otros bienes, permitiendo apuntar a un mercado selecto.
2. A través de productos de alta segmentación por ingreso, donde se elaboran bienes que son orientados flexiblemente a los distintos estratos socioeconómicos, permitiendo suplir los distintos requerimientos de cada plaza, con un mismo bien pero de características distintas.
3. A través de productos de alta segmentación geográfica, los cuales suelen colarse en aquellas poblaciones en las que las grandes empresas, por falta de demanda suficiente, no encuentran propicio aventurarse.
4. A través de una inserción mercantil subordinada, que es ofrecer sus servicios como subcontratados de una empresa de mayor tamaño”. (Álvarez Mariano, Durán Lima: 2009:34)

Mediante el análisis factorial se identificaron nueve factores con un valor característico menor que uno: capacitación, apoyo externo, ventas, producción, tecnología, experiencia, empleo, asesoría y capacitación inicial.

Existe una relación positiva entre la capacitación que recibieron para aplicar tecnología a sus procesos de producción (maquinaria). Esto les facilita su trabajo, lo vuelve rápido, práctico y económico, además tienen mayor control y la oportunidad de generar nuevos productos con valor agregado que les permitan tener mejores ventas y crecimiento.

Sólo 18% de los encuestados recibió capacitación para optimizar los recursos con los que cuentan para tener mejor administración de ellos y así generar inversión y ahorro para implementar opciones que den como resultado incremento de ventas, nuevos productos, nuevos mercados y crecimiento. La variable de capacitación para optimizar recursos, recibió el mismo valor (0.676) que la variable que midió el apoyo que los microempresarios creen necesitar de alguna institución educativa, pues están conscientes de que para mejorar sus ventas, necesitan más capacitación.

El punto anterior se ve reflejado en lo que los microempresarios consideran importante para tener mejores ventas. En esta variable con un valor factorial de 0.623 los microempresarios respondieron que lo que necesitan para incrementar sus ventas es conocer sus costos para determinar mejor sus precios, optimizar sus recursos y tener mayor difusión de sus productos.

El 56% de los encuestados ha modificado la organización de la empresa y sus procesos de producción, para mejorar la calidad de sus productos y hacer más rápidos sus procesos. Esta variable tiene un valor factorial de 0.858 para cambios en la organización y 0.624 para los cambios en la producción.

El 38% de los encuestados ha introducido un nuevo producto para generar incremento en sus ventas, esto lo han podido hacer por la introducción de tecnologías de información (Computadora e Internet), que les ayuda a tener tiempo para el análisis de nuevos productos, además de que tienen más experiencia. Esta variable tuvo un valor factorial bajo de 0.437.

El 58% de los microempresarios tenía experiencia previa en el ramo de su empresa, esta variable tuvo un valor factorial de 0.500 y nos indica que una de las razones por las cuales surgió la empresa es porque desde niños trabajaban en el ramo y es una empresa de sucesión o porque anteriormente habían trabajado en el mismo sector, pero su salario era bajo.

El 78% de los microempresarios no da trabajo a los miembros de la comunidad, ya que las empresas son creadas para auto emplearse y dar trabajo a la familia. Esta variable tuvo un valor factorial de 0.412.

Sólo el 10% de los encuestados ha recibido capacitación, esta variable tiene un valor factorial de 0.400. Sin embargo, al 81% le gustaría recibir capacitación para ellos y sus empleados para mejorar sus procesos de producción, tener nuevos productos, ampliar su mercado y así mejorar sus rendimientos. Esta variable tiene un valor factorial de 0.513.

El 67% de los encuestados no recibió capacitación inicial, tomando en cuenta que el promedio de nivel educativo en la región es de 7.1 años, se puede observar que estas empresas se crean sin objetivos claros y sin administración. Esta variable tuvo un valor factorial de 0.693.

15.3 Conclusiones

De acuerdo al estudio realizado en la región de estudio se concluye que los agentes económicos son microempresarios ya que la división que realiza el marco teórico de acuerdo al número de empleados que laboran en las MiPyMEs, es característica en los municipios donde se hizo la prueba piloto; la hipótesis de investigación se acepta, ya que los niveles de estudio de los microempresarios son bajos, y los ingresos monetarios que obtiene también son mínimos, por lo que la pobreza, la marginación y la desigualdad económica son factores económicos y sociales que inciden en el fracaso de las MiPyMEs en la región de la Mixteca del estado de Oaxaca.

La respuesta a la pregunta de investigación se concluye de acuerdo al análisis factorial que hay factores que benefician la subsistencia de las empresas, siendo estas las de sucesión, ya que tienen conocimiento de manejo de su empresa de generación en generación, y que les ha permitido subsistir; de igual forma se reconoce la falta de capacitación y de conocimientos de mercadotecnia para impulsar sus negocios, son generadoras de autoempleo y de empleos.

15.4 Agradecimientos

Agradecemos a los estudiantes del Verano Científico Delfín 2013, quienes apoyaron en el trabajo de campo.

15.5 Referencias

Ayyagari, M., Beck, T., &Demirgüç-Kunt, A. (2007). Small and Medium Enterprises across the Globe. *Small Business Economics* (29), 415-434.

Álvarez Mariano, Durán Lima José. (2009). *Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas*. CEPAL, CENPROMYPE, San Salvador.

INEGI (2009), *Micro, pequeña, mediana y gran empresa estratificación de los establecimientos*. Censos económicos 2009. México.

Lefcovich Mauricio (2004), *Las pequeñas empresas y las causas de sus fracasos*. de Gerencia.com. Recuperado de: <http://www.degerencia.com/articulos.php?artid=545>. 5 junio de 2013.

Ramos Soto A.L. (2012), *Empresas comunitarias, Pobreza y MiPyMEs*. Red de investigación interdisciplinaria IPN-UABJO. Oaxaca, México.

Las transformaciones tecnológicas y la accesibilidad de ciegos a los medios audiovisuales

Raquel Espinosa & Esmeralda Solorio

R. Espinosa & E. Solorio

Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Av. Karakorum 1245 C.P. 78216 San Luis Potosí, S.L.P., México

Facultad de Psicología de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Carretera Central Km.424.5 C.P.78494, San Luis Potosí, S.L.P., México

raquel.espinosa@uaslp.mx

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

New technological, social and communicative processes cause transformations in contemporary cinema; in fields of the production, and the construction of narrative and filmic praxis. But film and multifaceted technological modernity, only has the Audio Description (AD) system to include people without sight, in the world of cinema. The interest of this study is to identify how much the AD system is suited to the understanding of audiovisual messages in Mexican blind people, since the system narratives are in English or Spanish in Spain. Therefore this study explores the perception and understanding by young blind people of San Luis Potosí, Mexico, at film materials with the technological system AD. As part of the methodology the film comedy "The Devil Wears Prada" was played to a blind sample of 10 individuals, divided into two groups. To the first group the movie was reproduced with the Mexican Spanish dub and the second projection audio description in Spanish of Spain. Based on the results thrown, this paper proposes as an ideal, to adapt film audiodescripción to the language of the blind people's place of origin for a better understanding, as it is in the practice of dubbing films in each country.

16 Tecnologías aplicadas al cine

Se habla de que las nuevas tecnologías aplicadas al cine, abren un "nuevo caudal de posibilidades que pueden modificar todas las fases de la industria cinematográfica" (Sedeño, 2009). En el artículo Cine digital: transformación de la industria y cambios en la forma de realizar, la autora

Ana Sedeño expresa que "el cine es actualmente un contenedor multimedia, que está viendo modificada su materialidad desde su materia analógica (fotográfica) hacia la digital (virtual)". Sedeño expresa los inquietantes cambios que traerá consigo la era digital a la industria cinematográfica tales como abaratar la fase de rodaje, la universalidad de los mercados locales, concentraciones industriales de distribución, y la imposible polivalencia del cine digital y el análogo. Sin embargo no hay mención ni interés tecnológico aún desarrollado, que impulso las transformaciones tecnológicas hacia la inclusión de los ciegos en ese vasto mundo de la imagen visual del arte cinematográfico.

A pesar de existir hace más de 20 años el sistema de la Audiodescripción, es la única opción de acercar y hacer entendible el cine a los ciegos, siendo muy poco utilizado en México. La audio descripción es "la práctica de utilizar el idioma para dar a las personas con discapacidad visual acceso a las películas, programas de televisión y eventos en vivo" (Philip, 2004), y consiste "en el conjunto de técnicas y habilidades aplicadas, con el objeto de compensar la carencia de captación de la parte visual contenida en cualquier tipo de mensaje, suministrando una adecuada información sonora que la traduce o explica, de manera que el posible receptor discapacitado visual perciba dicho mensaje como un todo armónico y de la forma más parecida a como lo percibe una persona que ve" (AENOR 2005:1).

Es decir se agrega una descripción de acciones, expresiones, escenas, vestuarios, personajes y aspectos relevantes entre cada pausa de los diálogos de materiales audiovisuales, para traducir las imágenes visuales en imágenes acústicas que a su vez el ciego interiorizará en imágenes mentales.

La audiodescripción es un tipo de traducción intersemiótica como dice Paloma Molledo, quien resalta que la traducción del texto audiovisual para el ciego, es un tipo de "dependencia similar al que se nos puede plantear a cualquiera de nosotros cuando un mensaje se encuentra en un código que difiere del nuestro y que no somos capaces de descodificar debido al desconocimiento de la otra lengua.

En ambos casos se precisa de la descodificación de un código, bien el visual en el caso de la audiodescripción, o bien el escrito cuando hablamos de traducción en su sentido más amplio (traducción interlingüística)” (Molledo, 2013).

Consideramos que las conclusiones de Palencia (2000) en su obra sobre los factores de eficacia del doblaje cinematográfico desde la recepción, resultan funcionales para iluminar el fenómeno de la audiodescripción porque “el conocimiento de la lengua destino del doblaje no es sólo su razón de ser, sino que es un factor determinante en la percepción de eficacia de este proceso de transferencia lingüística desde la recepción. La inteligibilidad de los contenidos verbales doblados estructura la visión de la interpretación de los actores en pantalla y eleva el nivel de escucha del receptor ... los receptores prefieren el doblaje en su lengua primera”. Estas aportaciones, resultan clave para nuestro objeto de estudio ya que pueden explicar algunos factores de la eficacia de la audiovisión en la lengua primera.

En este punto Joel S. (2002) enfatiza cuatro aspectos para el guionista de la audiodescripción, el primero es la observación, ya que los que describirán tendrán que poner atención en todos los elementos y pequeños detalles que puedan caracterizar una escena. El segundo es editar; los descriptores de audio deberán editar y seleccionar lo que es más importante para la comprensión y apreciación de un evento. Como tercero, el lenguaje; se tendrá que traducir todo; las acciones, los pensamientos y la imaginación al lenguaje escrito en frases cortas. Por último, el cuarto aspecto son las habilidades vocales, el descriptor desarrolla el instrumento vocal a través del trabajo con el habla y la interpretación oral. Estos elementos son importantes ya que la información que recibirá el receptor será proporcionada por el audiodescriptor y éste tiene que poner un gran desempeño en que la descripción sea clara y precisa para que el ciego que este escuchando pueda comprender el contenido y sea capaz de imaginar con detalle el trabajo que el descriptor está haciendo.

16.1 Sistema de Audiodescripción (AD)

A lo largo de los años, el cine se ha esforzado por mantener el interés del espectador, sumergiéndolo en emociones visual y auditivamente impetuosas. Según Antonio Cantos, “con la llegada de la revolución informática se retoma la idea de buscar una mayor implicación del espectador en el acontecimiento cinematográfico mediante la aplicación de los efectos especiales” (2012). Sin embargo los desarrollos tecnológicos para implicar emocionalmente al espectador ciego han sido limitados.

Se puede rescatar la gran aportación de Gregory T. Frazier en los años 70s, realizando su tesis sobre la Audiodescripción, pero como todo avance tecnológico fue hasta los finales de los años 80s que se presenta en el festival de Cine de CANNES.

Se encontró que en el estudio y experimento The Language System of Audio Description (Philip J., 2002), se evaluaron y compararon una serie de producciones audiovisuales que contenían AD con el objetivo de analizar el lenguaje que los descriptores hacen con cada descripción, dando como resultado más cuestionamientos que los iniciales, ya que cada descriptor usa un lenguaje distinto, así como cada película tiene un género diferente y cada una engloba cuestiones culturales que para los descriptores son difíciles de captar y describir, no obstante, todas esas descripciones resultan útiles para la audiencia de personas ciegas.

Emilie y Corinne (2001) realizaron un experimento en el cual se exponían dos programas de televisión científicos a dos grupos de personas con deficiencias visuales, uno con AD y otro sin ella, haciendo uso de cuestionarios en los cuales los resultados de comprensión y percepción fueron favorecedores para el que contenía AD, ya que se contestaron asertivamente la mayoría de las preguntas aplicadas y dándoles una mayor confianza a los participantes al momento de iniciar una conversación con otra persona acerca del programa que contenía audio descripción.

Peli, Fine y Labianca (1996) estudiaron sujetos con baja visión y sujetos que si veían, para evaluar qué tan bien la audio descripción transmite el contenido visual de los programas a personas con impedimentos visuales y si la información descrita estaba también disponible en el audio original del programa. Encontraron que los sujetos con baja visión que escucharon la audiodescripción contestaron correctamente más preguntas que aquellos que sí veían, los cuales escucharon solo la banda original, pero contestaron menos preguntas que los que vieron el programa.

Se ha tenido una respuesta positiva en cuanto a la AD, no solo en una mejor comprensión y atención a los programas sino también a la inclusión de personas con deficiencias visuales a programas culturales, obras de teatro, programas de televisión y películas, donde se ven impactos psicológicos y sociales favorecedores, sin embargo los estudios realizados han sido aplicados en España y EUA.

16.2 Representaciones mediante la función simbólica sensorio motora

Según Piaget (1946) y su teoría del desarrollo, “el niño empieza a manifestar conjuntamente ciertas capacidades representativas y simbólicas, aproximadamente en la segunda mitad del primer año, cuando termina el periodo denominado inteligencia sensoriomotora” (Rosa y Ochaíta, 1993). Estas habilidades se empiezan a desarrollar cuando el niño ya hace uso de significantes y significados, podemos decir que ambos son como las dos partes de lo que es el signo lingüístico, la relación entre estos no es natural, es arbitraria, dando un ejemplo de esto se puede decir que la palabra perro, nada tiene que ver con el perro en realidad, eso se le ha asignado, la palabra es el significado y la huella psíquica de eso, es el significante, ya que el lector podría pensar en un cierto tipo de raza al igual que otra persona cuando escucha esta palabra.

“Así entonces las representaciones de los objetos y del espacio en que se sitúan, la capacidad de evocarlos cuando no están presentes, se originan en la acción sensoriomotora que el niño realiza sobre ellos, en concreto en los mecanismos acomodativos implicados en la imitación” (Rosa y Ochaíta, 1993).

Esto se relaciona con la función simbólica ya que ésta no surge de las acciones que el niño hace y representa con los objetos sino más bien de aquellas interacciones que realizan el niño y el adulto en conjunto con lo que los rodea, es entonces cuándo, el niño aparte de empezar a interesarse por los objetos y las personas comienza a mostrar ese interés de comunicarse con ellas y mostrar el interés que empieza a tener por las características de los objetos.

En resumen se puede decir que la función simbólica surge y crece en la interacción social pues gracias a esta, el niño será capaz de incorporar todo el sistema de símbolos que le proporciona la sociedad y su cultura. Hasta aquí podemos comprender un poco más acerca del desarrollo del infante y de cómo es que se va convirtiendo en un ser social.

“En el caso de los niños ciegos es necesario que la figura de apego despierte el interés del niño para actuar sobre los objetos, ya que el conocimiento del mundo que le rodea es un paso previo y necesario para que pueda posteriormente establecer pautas de comunicación sobre esos objetos con las personas” (Rosa y Ochaíta, 1993).

Está claro que la figura más apegada al niño ciego en la mayoría de los casos es la madre. La madre representa un gran apoyo para él, ya que ésta proporciona una gran cantidad de experiencias y sustenta el desarrollo de habilidades donde el niño empieza a interactuar y a manipular los objetos, dando lugar a la imitación y creando el espacio para que pueda imaginar dichos objetos cuando estos no se encuentren presentes.

“Los niños invidentes son capaces de representarse los objetos percibidos táctil y auditivamente, si bien con un retraso de entre 8 y 32 meses cuando se les compara con los videntes. Este retraso es menor cuando las imágenes se originan en la exploración táctil del objeto que cuando trata de identificar éste por los datos auditivos” (Rosa y Ochaíta, 1993).

Entonces podemos decir que las personas invidentes también pueden desarrollar imágenes mentales gracias a la audición, lo cual implica una transformación fisiológica de la imagen acústica a la cristalización mental del concepto correspondiente.

16.3 Metodología

La investigación se conformó por 10 participantes, tres mujeres y siete hombres de edades de entre 16 y 29 años, tres de los participantes son ciegos de nacimiento y los siete restantes perdieron la vista en el transcurso de su vida.

Se seleccionó la comedia cinematográfica “El diablo viste a la moda”, que se reprodujo a una muestra de 10 individuos ciegos (véase Imagen 1.), divididos en dos grupos, al primer grupo se le proyectó la película con el doblaje al español mexicano (en adelante: PDEM) y al segundo se le reprodujo la película con audio descripción en español de España (en adelante: PADEE). Cabe mencionar que dos de los participantes estuvieron presentes en ambas aplicaciones para comparar su grado de comprensión en las diferentes versiones. Fue una sesión por grupo con duración de dos horas y al término de la película se recolectaron los datos de los grupos de enfoque. Se preparó un cuestionario adecuado para los participantes y posteriormente se transcribió cada sesión a un archivo de texto para posteriormente realizar el análisis interpretativo.

Figura 16 Participantes ciegos en la proyección de la comedia cinematográfica “El diablo viste a la moda” con y sin AD.



Imagen 1.

16.4 Audio descripción

Se preguntó acerca del uso y frecuencia que los participantes hacían sobre esta práctica.

a) La forma en que hacen uso del sistema de audio descripción

Se les preguntó a los participantes si anteriormente ya habían hecho uso del sistema de audio descripción, se obtuvieron respuestas diversas que se pueden agrupar en tres tendencias: Conocimiento acerca del sistema, usos y costumbres del sistema y resultados y/o experiencias de uso.

Nivel de Comprensión

Después de tener los datos acerca del conocimiento que tenían los participantes sobre la práctica que hacen de audio descripción, se hizo un análisis sobre el nivel de comprensión que se obtuvo durante la aplicación de las películas, tomando en cuenta que la comprensión es un proceso de creación mental por el que, partiendo de ciertos datos aportados por un emisor, el receptor crea una imagen del mensaje que se le quiere transmitir. Para ello es necesario dar un significado a los datos que recibimos. Cuando utilizamos el término "datos" nos estamos refiriendo a cualquier información que pueda ser utilizada para llegar a comprender un mensaje.

Para evaluar esta categoría se tomaron en cuenta distintas variables que pudieron contribuir a una mejor o en el caso contrario una mala comprensión al momento de aplicar las películas con audio y sin audio descripción, las variables que se tomaron en cuenta son las siguientes: Cansancio, ruido, nivel académico, preguntas que se realizaron acerca de la película cuando ésta terminó, el tipo de audio y el género de la película.

- Cansancio

Durante la proyección y reproducción de las películas, en ambas aplicaciones, se notaron indicadores de cansancio o aburrimiento como bostezos, estiramientos, reacomodo corporal en los sofás; comentarios como “¿cuánto falta?”. En la Figura 3. se puede observar como uno de los participantes se quedó dormido.

Figura 16.1 Participante que dormitó durante la proyección de la película.



- **Ruido**

Otro de los factores que pudo haber contribuido a que la comprensión no fuera del todo favorable, fue el ruido externo ya que durante la aplicación de las películas este ruido provocó que el audio fuera de menor calidad, debido a que el espacio proporcionado para la proyección no era completamente cerrado y estaba expuesto al pase de personas ajenas a la aplicación. Véase en la Figura 3 que incluso la mascota de los participantes se encontraba en medio del salón, quien ocasiones paseaba entre sus piernas y los distraía.

Figura 16.2 Participantes y mascota escuchando la proyección de la película sin AD



- **Preguntas acerca de la película**

Al término de las películas se les pidió a los participantes que contestaran preguntas relacionadas a la película que se les acababa de pasar para saber en qué detalles habían puesto más atención. Las preguntas fueron las mismas en ambas aplicaciones, con y sin audio descripción.

- **Nivel académico**

Se consideró esta variable ya que después de haber aplicado las preguntas que se relacionaban con la película se observó que los participantes que cursaban la preparatoria y la universidad contestaban con un lenguaje más fluido y con respuestas más completas que aquellos de escolaridad primaria o iniciando secundaria que contestaban con monosílabos.

- **El tipo de audio**

También el audio cambio de versión a versión ya que en la primera aplicación sin AD, la película tenía el audio doblado al español mexicano y los participantes lo consideran como original y en la segunda aplicación el audio de la película y de las descripciones estaban dobladas al español de España; lo cual marcaba diferencias, debido a que el uso coloquial del lenguaje entre lenguas cambiaban y el sentido de humor que se tiene de un país a otro es diferente; así como los argots utilizados.

- Género de la película

Por último, el género de película que se escogió para la aplicación fue comedia ligera, pensando en que sería de fácil entendimiento debido al uso frecuente de diálogos, en comparación con el género de terror que evita los diálogos y utiliza muchos sonidos y audios. Véase en la figura 4.

Figura 16.3 Participantes ciegos que comentan su gusto por las películas del género de terror.



- Géneros de Películas de gusto preferente

Se les preguntó a los participantes qué tipo de películas son las que escuchan con más frecuencia y si podían decir qué películas han escuchado con AD, para sorpresa de los investigadores las respuestas fueron en mayoría de acción y terror.

- Diferencias entre películas

Con el propósito de obtener una retroalimentación satisfactoria se incluyó a dos de los participantes en ambas aplicaciones con el fin de preguntarles si habían encontrado algunas diferencias de una película a otra con y sin audio descripción, hubo diferencias significativas las cuales se mencionan en los resultados.

16.5 Resultados y Discusión

Se logró saber acerca del conocimiento que tenían los participantes sobre el sistema de Audio Descripción (AD), la mayoría de ellos ya había hecho uso de este en varias ocasiones al escuchar películas, se mencionaron algunas de ellas (como Harry Potter, El Gladiador y El Guardaespaldas). Se identificaron experiencias satisfactorias, ya que mencionan que es mucho más cómodo escuchar descripciones en los espacios donde los personajes no hablan, que escuchar a un acompañante que se encuentre junto a ellos describiendo lo que va pasando en pantalla; pues esto los hace sentir incómodos con la persona, principalmente porque ninguno de los dos disfruta del filme.

Posteriormente se les hicieron una serie de cuestionamientos relacionados con la película y en base a esto se analizó el nivel de comprensión que se obtuvo, siendo el grupo del PDEM quien acertó en la mayoría de las preguntas. Las respuestas fueron variadas, las más completas eran hechas por los participantes que están cursando un nivel académico de preparatoria o por aquellos que ya lo terminaron, pues complementaban los comentarios con un vocabulario más amplio que los participantes más jóvenes quienes se mostraron tímidos durante las sesiones.

Al aplicar el focus group (véase Figura 5.) se consiguió que los participante no solo se limitaran a responder sobre una pregunta si no que se tuviera libertad para recopilar información importante, como el negar una de las hipótesis iniciales en la que se consideraba que las películas de terror o acción eran de poca preferencia para las personas invidentes debido a los múltiples detalles que estas conllevan, no obstante se identificó que éste género cinematográfico es el de mayor preferencia y agrado para ellos.

Figura 16.4 Participantes ciegos en la sesión de Focus Group para identificar qué tan adecuado es el sistema AD



El resultado de esta investigación consiste en la identificación del nivel de comprensión por parte de los participantes ante PDEM y PADEE, la diferencia significativa es que los que escucharon la PDEM contestaron acertadamente a un mayor número de preguntas relacionadas a los diálogos de los personajes, y que los que escucharon la PADEE pusieron atención a pequeños detalles visuales que solo eran mencionados en la descripción y no en los diálogos, aun así en el formato PDEM se logró una mayor comprensión.

16.6 Conclusiones

A pesar de las transformaciones tecnológicas, sociales y comunicativas que provoca el cine digital contemporáneo, es un hecho que el sistema de audiodescripción, es el único desarrollo que se preocupa por la inclusión de personas invidentes en el mundo visual del arte cinematográfico, por ello es de vital importancia que el sistema sea eficaz en la transmisión de sus mensajes.

Por medio de este estudio nos hemos dado cuenta que las personas invidentes y deficientes visuales por necesidad o curiosidad han empezado a hacer un uso frecuente de programas en los cuales requieren de una descripción.

Como un indicador positivo al sistema de AD, podemos observar que esta herramienta aparte de ser útil les da bienestar y cierto aire de confianza a personas ciegas al momento de escucharlo sin la necesidad de depender de alguien más.

En los casos donde las personas perdieron la vista en el transcurso de su vida y tuvieron la oportunidad de almacenar recuerdos visuales, cuando escuchan alguna descripción acceden a este sistema, facilitándoles una mejor comprensión acerca de colores, formas, expresiones, etc.; y que inclusive aquellas que son ciegas de nacimiento como mencionó Piaget pueden hacerse también de representaciones visuales por medio del tacto y del olfato dándoles oportunidad de recrear imágenes, así mismo por medio del sistema de audiodescripción pueden darse una idea de lo que puede estar pasando en una escena.

Sin embargo aquí en México no se han hecho adaptaciones para películas o programas de televisión con audio descripción, siendo así España y Estados Unidos los países que cuentan con los sistemas de AD más completos, pero que a su vez semióticamente es difícil acceder a ellos, además de que los argots y slangs utilizados, dificultan la comprensión de chistes, contextos y acciones.

En base a lo anterior se propone hacer una adaptación en donde el audio y las descripciones sean las adecuadas para los participantes dependiendo del país en que se escuche la AD, para el caso específico en español mexicano, y posteriormente realizar pruebas de comprensión y percepción y comparar los resultados nuevamente.

16.7 Agradecimientos

Los autores agradecen el apoyo financiero otorgado por CONACULTA y la SEP- PROMEP.

16.8 Referencias

PIETY, P. J. (2004). The Language System of Audio Description: An Investigation as a Discursive Process. *Journal of Visual Impairment & Blindness*, Vol. 98 Issue 8 453-469.

Molledo, P. P. (2013) La audiodescripción en el cine sobre los franciscanos. Traducción y custodia de lecturas prohibidas en " El nombre de la Rosa ". La labor de traducción de los franciscanos / coord. por Antonio Bueno García, 2013, ISBN 978-84-7047-076-9, págs. 511-525

ROSA, A & Ochaíta, E. (1993). *Psicología de la Ceguera*. Madrid: Alianza.

SCHMEIDLER, E., & Kirchner, C. (2001). Adding Audio Description: Does It Make a Difference? *Journal Of Visual Impairment & Blindness*, 95 (4), 197-212.

SEDEÑO. A. (2009). Espectáculo. *Revista de Estudios Literarios*. Universidad Complutense de Madrid. Revisado en: <http://www.ucm.es/info/especulo/numero43/cinedigi.html>

SNYDER, J. (2002). *Fundamentals of audio description*. Tacoma Park, MD: Audio Description Associates.

AENOR <http://www.cesya.es/en/normativa/normativa?stl=L>

Liderazgo y financiamiento en empresas familiares

Román Quijano, Luis Arguelles y José Sahuí

R. Quijano, L. Arguelles y J. Sahuí
Universidad Autónoma de Campeche Av. Agustín Melgar S/N, Col. Buenavista C.P. 24039 Campeche, Campeche
rq6715@hotmail.com

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

Developing business strategies that allow family businesses (independently from the sector they belong) to remain in the market, conclude their objectives and integrate to a business world in constant evolution is a priority, but its operation's complexity and problematic don't allow to establish standardized formulas to evaluate the factors that are involved in their daily life and ensure their long – term projections. This study's main objective is to identify the development and implementation of strategies to remain, how are projected and get financing in the face of the current financial problems. The study is descriptive with non – experimental transversal design since data was collected at one single moment in its natural context, through interviews with the family businesses' leaders. The results show a small number of strategies to remain in the market and problems to reach financing for short – term activities, adding also the founder partners' little interest in developing a strategic management as a reflection of their personal leadership style.

17 Introducción

Las empresas familiares muestran diferencias importantes respecto a las organizaciones no familiares como la estructura de la propiedad, los conflictos obtenidos como resultado del diseño y uso de estrategias (Sorenson, 1999), el establecimiento de metas, actitudes y los conflictos que se presentan en el seno familiar, (Lee y Rogoff 1996); así como la forma en que compiten y logran su permanencia en el mercado (Gudmundson, Hartman y Tower 1999).

El sector camaronero de altura es considerado prioritario para la economía de México (Cámara Mexicana de la Industria Pesquera y Acuícola, 2012), y su permanencia y desarrollo es primordial para el gobierno federal y el de los Estados donde se desarrolla, ya que a través de esta actividad se provee de ingresos a parte de la población económica más vulnerable mediante la generación de empleos. En este sector participan empresas familiares que invierten grandes cantidades de recursos económicos, humanos y tecnológicos sin embargo su permanencia y desarrollo se ve amenazada por factores económicos y de política pública como las restricciones impuestas por la paraestatal PEMEX para evitar la incursión de las embarcaciones en las áreas protegidas y señaladas como de seguridad nacional (Cámara Mexicana de la Industria Pesquera y Acuícola Delegación Campeche, 2012). Se requiere que estas organizaciones, analicen su situación financiera actual, nivel de capacidad instalada e infraestructura para afrontar los compromisos que los llevaran al crecimiento económico.

El presente estudio pretende alcanzar los siguientes objetivos:

- a. Determinar el grado de implementación de la administración estratégica en las empresas familiares del sector camaronero de altura de la ciudad de Campeche.
- b. Evaluar la forma en que diseñan, implementan y evalúan sus estrategias las empresas familiares del sector camaronero de altura de la ciudad de Campeche.
- c. Identificar las estrategias implementadas por las empresas bajo estudio para el financiamiento y crecimiento empresarial.

Obtener información financiera de las empresas se restringe por la rivalidad entre ellas, en un mercado muy cerrado donde las estrategias para reducción de costos y gestión de financiamiento han permitido a algunas firmas familiares su permanencia. Las organizaciones sujetos de estudio son empresas familiares del sector camaronero de altura, establecidas en la ciudad de Campeche, las cuales contribuyen a la economía del Estado como alternativa a la actividad petrolera y el turismo.

17.1 Marco Teórico

Para evaluar algunas de las diferencias entre empresas familiares y las que no lo son, Gudmundson, Hartman y Tower (1999) desarrollan un estudio sobre la estructura de la propiedad de los negocios familiares y los conflictos obtenidos como resultado de sus estrategias, analizan cómo compiten las empresas familiares en el mercado, las diferentes estrategias que utilizan y cómo las diseñan. Poza (2005) señala que los fundadores de firmas familiares suelen manifestar un desdén natural hacia la arquitectura organizacional, como el establecimiento de sistemas, de prácticas administrativas profesionales y de mecanismos de gobierno. Gudmundson et al. (1999) sugieren que la selección de estrategias se ve influenciada por aspectos como el género del líder de la organización, el grado de profesionalización del cuerpo ejecutivo y el número de generación en el poder y que las investigaciones futuras en este campo deben incidir en determinar por qué los negocios familiares son menos pro activos en los mercados, teniendo como consecuencia a ser menos innovadores.

Respecto al establecimiento de metas, actitudes y los conflictos que se presentan en el seno familiar, Lee y Rogoff (1996) consideran que las empresas familiares deben lidiar con los conflictos que surgen, pero también dependerá de la habilidad del líder de la misma la forma y que que éstos se solucionen con rapidez. Romero (2006), señala la influencia que tiene la interacción empresa-familia como factor determinante en las posibilidades de fortalecer la productividad y la capacidad competitiva, por lo tanto planear para lograr la transición de una generación a otra es un proceso difícil y se considera el compromiso más importante en la administración de empresas familiares y éste se hará presente tarde o temprano por diferentes razones (Sorenson, 2000), su falta de previsión como es sabido puede llevar a la división familiar y como consecuencia a la desaparición de la organización; y es aquí donde se da la contribución del estilo de liderazgo al éxito de la familia y la empresa, como indica Vilaseca (2002).

Tokarczyk, Hansen, Grenn y Down (2007) en su estudio desarrollado sobre la teoría del rol que desempeñan los lazos filiales o fraternos dentro de una empresa familiar señalan que este “recurso intangible” tiene una influencia determinante en las relaciones familiares, y la eficiencia operacional cuando la organización está orientada hacia el mercado ‘familiness’. Por su parte Forcadell, Montero, Ortiz y Sacristán (2001) definen la ‘familiness’ como el conjunto de recursos y capacidades específicos de la empresa familiar que en algún grado permiten la obtención y mantenimiento de sus ventajas competitivas.

La globalización exige actualmente a las empresas mantener altos estándares de calidad para alcanzar y sostener su ventaja competitiva, para ello una herramienta clave es la Administración Estratégica la cual se define como “El arte y la ciencia de formular, implantar y evaluar las decisiones a través de las funciones que permita a una empresa lograr sus objetivos” (Fred, 2003, p 5), y comprende cinco etapas: establecimiento de la dirección organizacional, diagnóstico, la formulación de estrategias, su implantación y evaluación de los resultados (Hill y Jones, 2009). Dentro de la dirección organizacional, está como primer componente la declaración de la misión, que debe proporcionar el contexto dentro del cual se elaborarán las estrategias, la declaración de algún estado futuro deseado regularmente conocido como la visión, además de los valores clave que la organización se compromete a respetar y el establecimiento de las principales metas.

La formulación de estrategias tiene como base el establecimiento de la dirección organizacional y el diagnóstico interno y externo y comprende el desarrollo de objetivos a largo plazo y estrategias alternativas que le permitan a la organización tener una ventaja competitiva en el mercado. La implantación exige que se comunique a todo el personal los objetivos anuales trazados, las políticas de la organización y mantener motivado al recurso humano para que acepte estas medidas y reconocer los beneficios que arrojan.

El mantener una excelente comunicación genera una sinergia en todas las áreas de la empresa que da como resultado un compromiso tácito de los empleados con los fines de la empresa.

Finalmente, el evaluar una estrategia consiste en comparar los resultados esperados de su aplicación con los realmente alcanzados. Esta medición debe ser objetiva y reconocer los motivos reales que impidieron el logro de los objetivos. Es necesario estar conscientes que éste es un proceso constante y que requiere procesos continuos de supervisión y medición que permitan la aplicación de medidas correctivas.

Para comprender el beneficio de aplicar la administración estratégica es necesario estudiar su naturaleza, conceptos y elementos considerando los siguientes aspectos (Fred, 2003): 1) La integración de la intuición y el análisis como parte del proceso de dirección estratégica, 2) magnitud y adaptación al cambio, 3) aplicación de modelos de planeación, 4) elementos del diseño de estrategias, 5) diseño de objetivos a largo plazo 6) beneficios de la dirección estratégica 7) motivos que obstaculizan la implementación de la dirección estratégica y 8) errores más comunes en su implementación.

Sharma, Chrisma y Chua (1997), consideran que el proceso de administración estratégica no es igual para una empresa familiar como para una que no lo es, y esto deberá tomarse en cuenta desde la formulación e implementación hasta la evaluación del conjunto de metas que se diseñe, ya que incluso existen elementos como la percepción individual del líder de lo que es un negocio, la cual es totalmente diferente a la de otro líder de una empresa familiar con características similares.

La formulación de estrategias y su contenido también se ven afectadas por la interacción de la familia y el negocio y en ocasiones dejan de ser verdaderas soluciones para convertirse en simples cambios. El diseñar correctamente una estrategia es importante cuando se aproximan procesos como el de sucesión, nuevas divisiones empresariales, diversificaciones o bien su internacionalización.

Dentro del mismo tópico de estrategias administrativas, Filbeck y Smith (1997) desarrollan un estudio evaluando la influencia de la personalidad de los miembros de una empresa familiar y qué tipo y cómo deben ser diseñadas las estrategias que eviten la aparición de conflictos por el enfrentamiento o choque de los diferentes caracteres de los miembros. Para ello aplican el indicador de tipo Myers – Briggs, el cual es un instrumento teórico reconocido para evaluar la personalidad y la interacción de los individuos.

En este orden de ideas, estudios recientes señalan que las estrategias no pueden ser estandarizadas aún en aquellos casos de recuperación por crisis organizacionales, pues ante los cambios en la alta dirección no basta con incluir expertos en administración ajenos a la firma o recortes de personal como soluciones probadas en otro tipo de organizaciones. Cater y Schwab (2008), mediante un estudio de caso argumentan que el desarrollo e implementación de estrategias para las firmas familiares están influenciadas por ocho características propias a saber: fuertes lazos familiares, reemplazo de candidatos a ocupar la alta dirección, orientación interna, sistemas informales de administración, motivos altruistas, integración de administradores profesionales, consenso en la orientación y orientación de metas a largo plazo. Concluyen mediante esta investigación empírica que los elementos antes citados conforman la ‘familiness’ de las firmas familiares y que estos elementos se hacen presentes en diferentes grados pero son decisivos en los cambios de la alta dirección y la forma en que se toman las decisiones a largo plazo o bien el diseño de estrategias para épocas de crisis y de recuperación.

Al estudiar la problemática empresarial mediante el método de casos, en una investigación desarrollada en nueve empresas de giro heterogéneo Zapata (2004), observó al evaluar los aspectos de gestión financiera, que existe un descuido generalizado de análisis de la información contable, lo que impide un estudio serio de la situación financiera por parte de los diversos interesados, y que se considera un incremento en ventas como medida de sostenibilidad aunque no sean resultados que permanezcan en el mediano y largo plazo para poder señalar que estas empresas son rentables

Ser rentable es uno de los objetivos de cualquier organización lucrativa independientemente de su tamaño, por lo tanto enfrentan problemas que afectan sus resultados de largo plazo sin importar su ubicación geográfica y actividad tal como lo señala Rivera (2007), en el estudio que desarrolló para evaluar los factores que afectan la estructura de capital aplicando el análisis económico-financiero, encontrando que una alta o baja concentración del endeudamiento y su costo son factores determinantes para la selección del financiamiento lo que repercute en el costo de capital.

En Venezuela Restrepo y Vanegas (2009) evaluaron el perfil financiero mediante una aproximación empírica donde concluyen que la rentabilidad de los activos (ROA) adquiridos mediante financiamiento, en muchas ocasiones es negativa pues se mantienen ociosos. En México, Navarrete y Sansores (2010) parten de la Teoría de las Jerarquías y mediante la aplicación de un modelo econométrico sugieren que la edad de la empresa y su tamaño determinan la política de financiamiento la cual se refleja en la estructura de capital.

Zapata (2004) señala que respecto a las actividades de financiación, no existen proyectos ni están documentadas las estrategias que siguen estas organizaciones para su crecimiento, pues lo utilizan para cubrir las necesidades que surgen en el día a día de la operación y que no se mide la capacidad de endeudamiento. En su mayoría adolecen de la gestión necesaria para convertirse en unidades innovadoras, autosostenibles y en crecimiento, siendo parte de esta problemática la dificultad que enfrentan para obtener financiación que favorezca el desarrollo de estrategias y la generación de recursos (Vargas, 2003).

Por su parte Casasola y Cardone (2009) señalan que para el caso de España, la opacidad en la gestión y la elevada concentración de riesgos constituyen dos de los principales problemas a los que tradicionalmente se han enfrentado estas organizaciones a la hora de obtener financiamiento. Echavarría, Morales y Varela, 2007, sostienen que la mayor parte de las empresas familiares no optan por el financiamiento de la banca comercial, aunado a la escasa disponibilidad de créditos, lo que amerita una interrogante: ¿cuáles son las fuentes de financiamiento de estas empresas? A pesar de que las alternativas de financiamiento no son en la mayoría de las veces una opción para las empresas en México (exceptuando el crédito de proveedores), las principales fuentes son: a) El crédito de proveedores, b) Las tarjetas de crédito de las tiendas departamentales, c) La venta o renta de activos obsoletos o no estratégicos, d) Arrendamiento de activos del fabricante y e) Patrocinio, subsidios y apoyos de proveedores o del gobierno.

Las empresas familiares del sector camaronero de altura invierten grandes recursos financieros para la pesca de producto en cantidad y calidad ante el constante avance de sus competidores locales y regionales y deben estar administrativamente preparadas para la competencia globalizada que amenaza con su presencia en el mercado nacional trayendo consigo tecnología de vanguardia en la pesca de diversos productos marítimos y no solo de camarón.

La contribución al PIB del sector pesca al tercer trimestre de 2012 es de 1.7%, siendo únicamente mayor a la contribución de los servicios profesionales y técnicos (1.0%) y a los servicios educativos (0.7%); aun cuando su contribución al desarrollo económico, no es la ideal, es un sector básico para el país ya que es generador de empleo directo en los estratos sociales más necesitados, ocupando al 13.6% de la población económicamente activa (PEA) como parte del sector primario, al cierre de 2008, ubicándose por debajo del sector comercio que requiere al 19.7%, el manufacturero que contribuye con el 15.5% según datos de la Encuesta nacional de ocupación y empleo (ENOE) (INEGI, 2009).

En el estado de Campeche, de acuerdo a los censos económicos 2009 (INEGI) este sector ofreció empleo al 18.6% de la población económicamente activa según la información proporcionada por el INEGI a través de la Encuesta nacional de ocupación y empleo (ENOE), (INEGI, 2009). La flota campechana está compuesta actualmente por 104 embarcaciones dedicadas a la pesca de camarón de altura, cuyas empresas propietarias enfrentan actualmente los retos que implican la rentabilidad y permanencia en el mercado.

17.2 Metodología

Esta investigación es de tipo descriptiva porque se mide o recoge información sobre las variables que participan en el problema sujeto a estudio como el liderazgo, la administración estratégica y el diseño de estrategias empresariales. El diseño es no experimental transversal ya que se recolectarán datos en un solo momento en su contexto natural, mediante entrevistas a los socios fundadores; teniendo como propósito el describir variables y analizar su incidencia. El método utilizado para la recolección de información cualitativa es a través de trabajo de campo y la técnica empleada es la entrevista (Hernández, Fernández y Baptista, 2006).

El estudio se desarrolló tomando como población las empresas familiares del sector camaronero de altura de la ciudad de Campeche y que aceptaron participar en el mismo. Se eligió como población las empresas de este sector al considerar dos aspectos: a) generan empleo para individuos que en su mayoría no cuentan con niveles de estudio que les permitan acceder a otras actividades, y b) por su contribución a la economía del estado.

Las empresas identificadas con esta especialidad fueron 44, según el directorio de socios del Sistema Producto de Camarón de Alta Mar del Estado de Campeche AC al día 31 de julio de 2012, como se observa en la tabla 1.

Tabla 17 Empresas camaroneras del sector pesquero de altura de la Ciudad de Campeche 2012

Sector	Empresas Personas Físicas	Empresas Personas Morales	Total
Empresas camaroneras de altura	14	30	44

Fuente: Sistema Producto de Alta Mar del Estado de Campeche AC 2012

Del universo antes señalado se identificaron y eliminaron 14 de las empresas por estar constituidas bajo el régimen de Personas Físicas con actividad empresarial, y que no estaban constituidas como sociedades mercantiles (personas morales) lo que redujo la población a 30 empresas. Adicionalmente al momento de realizar las entrevistas a las 30 empresas consideradas en la población, se discriminaron aquellas que no cumplen los requisitos para ser consideradas como empresas familiares, y entonces tener plenamente delimitada la población.

Esta situación no pudo preverse hasta el momento de realizar la entrevista al director de cada empresa y conocer la integración accionaria y la relación filial y laboral de los socios que la integran. De las 30 empresas familiares identificadas, aceptaron participar 24, lo que representa el 80% del universo inicial.

Se administraron formatos de entrevista semi-estructurada diseñada por Brockhaus (2004), a los 24 propietarios de las empresas para la obtención de información cualitativa, seleccionando aquellos ítems relativos a la administración estratégica y estrategias de financiamiento. Este instrumento se vincula con el objetivo central de la investigación al contribuir a la identificación de estrategias y herramientas de planeación de largo plazo. Los elementos que integran el instrumento se señalan en la tabla 2.

Tabla 17.1 Tabla de especificaciones de la guía de entrevista

Variable	Definición Operacional	Reactivos	Proporción
Administración estratégica	Se refiere al proceso de formular, implantar y evaluar las decisiones a través de las funciones que permitan a una empresa lograr sus objetivos	1-5	28%
Diseño de estrategias	Son las acciones formuladas e implementadas en cada una de las áreas de las organizaciones como parte de un plan estratégico	1-8	44%
Estrategias de financiamiento	Es la forma en que las empresas obtienen recursos ajenos para el desarrollo de su operación normal, planes de expansión o diversificación.	1-5	28%

Fuente: Elaboración propia con datos de Brockhaus (2004)

Se desarrolló una prueba piloto con el fin de comprobar la correcta comprensión de las preguntas planteadas y evitar desvíos en los objetivos propuestos, así como adaptar a la población de estudio los instrumentos antes citados. Se administró el instrumento al 10% de la población inicialmente contemplada obteniéndose un alfa de Cronbach de .819 por lo que se le consideró confiable.

Posteriormente, a la administración del cuestionario se estableció la confiabilidad del mismo al obtener un alfa de Cronbach de .795 parámetros que se considera aceptable (Hernández, Fernández y Baptista, 2006).

Se desarrollaron entrevistas de forma personal a los propietarios de las empresas con duración de una hora por cada una.

El análisis de la información comprendió la construcción de sentido a partir de los datos cualitativos ordenados en categorías mediante un análisis de contenido general, consistente en codificar los datos de los cuestionarios en categorías y sub categorías, definidas operacionalmente y calculando las frecuencias de los fenómenos involucrados en ellas (Goetz y Le Compte, 1988) empleando las frecuencias para preguntas dicotómicas o numéricas y para las variables de cadena la interpretación de acuerdo a cada uno de los elementos de cada categoría (Rodríguez et. al 1999).

17.3 Resultados

De las 24 empresas que participaron finalmente en el estudio, todas reportaron ser familiares ya que la propiedad de las acciones estaba en manos de los miembros integrantes de las mismas y que no participaban dentro de algún corporativo, es decir no han celebrado alianzas estratégicas.

Respecto a los órganos para la toma de decisiones, ocho empresas (33.4%) reportaron tener consejo de administración y junta directiva, las otras dieciseis informaron solo tener consejo de administración como órgano de gobierno y que únicamente los miembros de la familia formaban parte del mismo. Véase tabla 3.

Tabla 17.2 Miembros del Consejo de Administración y de la Junta Directiva

No de Elementos	Consejo de Administración		Junta Directiva	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
3			8	33.4
4	16	66.6		
5	6	25.0		
6	2	8.4		
0			16	66.6
	24	100	24	100

Actualmente la dueña de la compañía es la primera generación, aunque en el 33.4% participan ya de manera activa la primera y segunda en la administración de las mismas, (tabla 4).

Tabla 17.3 Generación que es propietaria, administra y participa activamente en la empresa familiar

No. de Generación	Generación Propietaria		Generación que Administra		Generación Activa	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Primera	16	66.6%	16	66.6	16	66.6
Segunda						
Ambas	8	33.4	8	33.4	8	33.4
	24	100	24	100	24	100

Todos los entrevistados afirman estar involucrados al 100% en las empresas, desempeñándose como directores generales, y de acuerdo a la frecuencia de respuestas (75%), tener entre 10 y 15 años de experiencia en el sector. Respecto a su estado civil, informaron estar casados, el rango de edad del socio fundador, con la frecuencia más alta fue el establecido entre 55 y 61 años. El 70% de los propietarios tiene la licenciatura como el nivel más alto de estudios.

Con el objetivo de tener una idea más clara de la percepción que tienen los propietarios de las empresas respecto a la administración estratégica como herramienta de planeación y el diseño de estrategias, se desarrolló un análisis cualitativo para evaluar dicha percepción y se asignó un puntaje para obtener un índice de percepción de la administración estratégica. De la sección de preguntas abiertas del instrumento se seleccionaron los comentarios más representativos de entre todas las respuestas, considerándose como “frases testimonio”, como sugieren Besson y Haddadj (2002) desarrollando los siguientes pasos y cuyos resultados se muestran en la tabla 5:

a) Identificar la frecuencia de mención de cada frase testimonio en cada una de las 24 empresas participantes. Para ello se asignaron puntajes de acuerdo a los siguientes parámetros:

Rango porcentual	Rango sobre 24 empresas	Escala cualitativa asignada según frecuencia de mención	Escala cuantitativa tipo Likert
más del 90% de las empresas	23 o más empresas	siempre	6
81% a 90% de las empresas	21 a 22	muy frecuentemente	5
61% a 80% de las empresas	16 a 20	frecuentemente	4
41% a 60% de las empresas	11 a 15	varias veces	3
21% a 40% de las empresas	6 a 10	algunas veces	2
1% a 20% de las empresas	1 a 5	rara vez	1

b) Se obtuvo la suma de la frecuencia de cada una de las frases testimonio, por empresa.

c) El puntaje máximo que podía tener cualquier empresa fue de 108 (6 puntos máximo por 18 ítems).

d) Se dividió el número obtenido en el inciso “b” entre 108 y el resultado se multiplicó por 100, para obtener un “índice de percepción de la administración estratégica” (IPAE). A mayor IPAE, significa que el propietario tiene un mejor conocimiento de la administración estratégica.

Tabla 17.4 Índice de percepción de la Administración Estratégica (IPAE)

Item	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24		
p1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	1	
p3	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	
p4	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	
p11	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	1	6	1	
p22	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	1	1	1	4	4	4	4	1	
p23	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	
p24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
p25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	1	5	1	1	
p26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	1	1	1	1	4	1	
p27	2	4	4	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	1	1	2	2	1	4	4	4	
p28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	
p29	1	1	4	1	1	1	4	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	1	4	1	1	
p30	4	2	2	2	3	3	2	3	1	2	3	3	1	3	3	3	1	1	3	2	3	1	2	2	2	
p31	1	3	1	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	1	1	1	2	2	1	3	3	
p32	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	
p33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
p34	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	1	2	2	2	3	3	3	3	
p35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
Puntaje	54	56	56	52	50	55	58	52	50	50	67	55	56	56	52	56	42	38	47	47	48	35	54	36	36	
Puntaje Máximo	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	
IPAE (%)	50	51	51	48	46	50	53	48	46	46	55	51	51	51	48	50	39	35	44	44	44	32	50	33	33	

	0	9	9	1	3	9	7	1	3	3	6	8	9	9	1	9	9	6	4	5	4	4	0	3	3	

IPAE= Índice de percepción de la administración estratégica = Puntaje / Puntaje máximo x 100

Los socios fundadores tuvieron como principal razón para iniciar la empresa el contar con un patrimonio propio para la familia, teniendo como plan primario crecer como empresa pero sin estrategias escritas para lograrlo. Entre las fortalezas con las que cuentan estas organizaciones la que tuvo mayor frecuencia de respuestas fue el esforzarse para capturar las mejores especies de camarón ubicando con base a experiencia las zonas donde crece la especie considerada de mayor calidad y dar el mejor mantenimiento posible a las embarcaciones. Respecto a las estrategias diseñadas y que tienen implementadas señalan que administrar los costos es la preferida para fomentar el crecimiento empresarial seguida del adecuado mantenimiento e inversión en equipos, aunque hay quien menciona no tener alguna estrategia.

Entre las estrategias para financiar el crecimiento señalan que normalmente lo hacen vía proveedores o líneas de crédito como el arrendamiento financiero; en este caso igual existe una mención de no tener estrategias para el financiamiento. En este sentido la firmas familiares responden que no hay disponibilidad de capital en la localidad para iniciar un negocio, pues el financiamiento es escaso y los bancos han cerrado o limitado el crédito para este sector; por lo tanto es necesario iniciar con capital propio. Se observa que la mayor parte de las empresas dicen no conocer o que no existen organismos que brinden asesoría empresarial; seguidos de los que reconocen la existencia de individuos o grupos en la comunidad que pueden ayudarles a evaluar sus ideas empresariales pero manifiestan que no dan un servicio adecuado pues argumentan falta de información oportuna y procesos complejos.

17.4 Conclusiones

Existen empresas de este sector productivo que son jurídicamente personas morales pues están constituidas como una sociedad mercantil, pero no fomentan la toma de decisiones mediante un consejo directivo. De acuerdo al grado de estudios manifestado no se esperaba que la percepción respecto a la administración estratégica como ventaja competitiva sea prácticamente nulo y no se pudieran realizar comparaciones con aquellas empresas que si la tuvieran implantada como lo refieren Fred (2003) y Sharma et al.(1997), y que las estrategias que aplican para fomentar el crecimiento empresarial (Zapata, 2007), y el financiamiento de las mismas, no siguen una metodología previamente diseñada y probada con base en los resultados financieros (Rivera, 2007). Están agrupados en una asociación, sin embargo ésta no realiza la gestión conjunta de asesoría financiera o solicitudes conjuntas de esquemas financiamiento (Vargas, 2003). Tienen una escasa identificación de fortalezas de sus propias organizaciones, por lo tanto no existe un proceso de formulación, implementación y evaluación de estrategias para el logro de metas y objetivos tal como lo señalan Sharma et al. (1997) y Cater y Schwab (2008). En contrario consideran que uno de sus mayores logros empresariales es permanecer en el sector sin definir las condiciones de su permanencia, la cual puede irse debilitando dadas las condiciones económicas actuales.

Las empresas del estudio, no cuentan con un plan de negocios escrito, o estar desarrollándolo actualmente, por lo que no cuentan con metas, objetivos y valores definidos, así como tampoco han diseñado su misión y visión, como parte de un proyecto de administración estratégica, lo que permite señalar que su planeación se circunscribe solo al corto plazo. No han elaborado algún estudio que les permita un conocimiento real de sus debilidades y fortalezas, para aprovechar las oportunidades del sector o evitar las amenazas de los competidores y del mercado en conjunto.

Permanecen en el sector, pero no manifiestan tener un plan metodológicamente desarrollado y por escrito, las estrategias para fomentar el crecimiento empresarial y financiar las actividades de la organización son pocas, careciendo de una metodología de investigación de mercados que les permitan evaluar los costos financieros de la fuente de financiamiento elegida para sus proyectos de inversión.

Es deseable que estas organizaciones realicen un análisis interno de la forma en que están financiando su capital de trabajo e infraestructura, pues los costos que deben pagar por el uso de capital externo es alto dadas las condiciones económicas del mercado y que podrían prevenirse con una adecuada estrategia de financiamiento.

17.5 Referencias

Besson D. y Haddadj S. (2003). Dysfunctions in owner- manager succession process in family firms and how a SEAM intervener-researcher can address them. *Journal of Organizational Change Management*. 16, 1 pp. 83-89.

Brockhaus R. (2004). Family businnes succession: suggestions for future research. *Family Business Review*. 12,2. pp165-177.

Cater J. y Schwab A. (2008). Turnaround strategies in stablished small family firms. *Family Business Review*. 21,1 pp. 31- 50

Cámara Nacional de la Industria Pesquera y Acuícola (2012). Estadísticas. Recuperado el 9 de enero de 2012 de: www.canaipesca.org.mx

Casasola M. y Cardone C.(2009). Too important to fall: ¿favorecen las relaciones bancarias la situación crediticia de las pymes españolas? *Universia Business Review*. 24 pp.12-29.

Echavarría A., Morales J, y Varela L. (2007). Alternativas de financiamiento para las pequeñas Medianas Empresas Mexicanas. Informe del Observatorio de la Economía Latinoamericana N° 80. Recuperado de: <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/mx/2007/aes.htm>

Fred R. . (2003). *Conceptos de administración estratégica*. México: Prentice Hall.

Filberck G. y Smith L. (1997). Team building and conflict management: strategies for family businesses. *Family Business Review*. 10,4 pp. 339 – 352

Forcadell F., Montero A., Ortiz M. y Sacristán M. (2001) La familiness de la empresa familiar: una aproximación a su contenido. XIII Congreso Nacional ACEDE. Universidad Rey Juan Carlos Madrid.

Goetz, J.P. y LeCompte, M.D. (1988). *Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa*. Madrid, España, Ediciones Morata, S.A.

Gudmundson, Hartman y Tower (1999). Strategic orientation: differences between family and nonfamily firms. *Family Business Review*. 12, 1. pp. 27-39.

Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.

Hill Ch. y Jones G. (2009). *Administración estratégica*. México: Mc Graw Hill.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2009). *Información económica*. Recuperado el 8 de enero de 2012. www.inegi.gob.mx

Lee M. y Rogoff E. (1996). Research note: comparison of small businesses with family participation versus small businesses without family participation: an investigation of differences in goals, attitudes, and family/business conflict. *Family Business Review*. 9, 4 pp. 423-437.

Navarrete E. y Sansores E. (2010). La estructura de capital de las micro, pequeñas y medianas empresas en Quintana Roo. *Investigación y Ciencia*. 49 pp. 48-53.

Poza E. (2005). *Empresas familiares*. México: Thomson.

Restrepo J. y Vanegas J. (2009). Análisis del perfil financiero de las pymes del valle del Aburra y su acceso al crédito: una aproximación empírica. *Revista Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*. 3 pp. 43-54.

Rivera J. (2007). Estructura financiera y factores determinantes de la estructura de capital de la pymes del sector confecciones del Valle del Cauca en el periodo 2000-2004. *Cuadernos de Administración*. 20,034 pp. 191-219.

Rodríguez G., Gil J. y García E. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Aljibe 2ª. edición.

Romero L. (2006). Competitividad y productividad en empresas familiares pymes. *Escuela de Administración de Negocios*. 57 pp.131-141

Sharma P., Chrisman J. y Chua J. (1997). Strategic management of the family business: past research and future challenges. *Family Business Review*. 10, 1. pp. 1-35.

Sorenson R. (1999). Conflict management strategies used by succesful family business. *Family Business Review*. 12, 4. pp. 325 – 339.

Tokarczyk J., Hansen E., Grenn M. y Down Jon (2007). A resource-based view and market orientation theory examination of the role of “familiness” in family business success. *Family Business Review*, 20,1. pp. 17-31.

Vallejo M. (2008). Is the culture of family firms really different? A value-based model for its survival through generations. *Journal of Business Ethics*, 81. pp. 261-279

Vilaseca A. (2002). The shareholder role in the family business: conflict of interests and objectives between nonemployed shareholders and top management team. *Family Business Review*. 15,4. pp 299-320.

Zapata E. (2004). Las pymes y su problemática empresarial, análisis de caso. *Revista Escuela de Administración de negocios*. 52 pp.119-135.

Medición de la calidad en el servicio en Hoteles de Celestún, Yucatán

María Robleda, Cattia Bruno, Erick Centurión y Sara Dzul

M. Robleda, C. Bruno, E. Centurión y S. Dzul
Universidad Tecnológica del Poniente, 97800, Maxcanú, Yucatán, México
rosm_74@hotmail.com

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

Yucatán is a state that has many attractions as a tourist destination, archaeological sites, beaches, colonial cities and variety of natural resources that have been recognized in the entire world. Due to the large diffusion has been every year registers a large number of domestic and foreign tourists who are used to receive high standards in the quality of services. For this reason the tourists commonly have high quality expectations about the services that they could receive in the place visited. This situation undoubtedly represents a huge challenge for those service providers and it is more for those that are located in rural communities in the state.

This paper shows advances in the research being carried in the town of Celestún, Yucatán, to measure quality in the hotels services. Applying the measuring instrument SERVQUAL scale is intended to identify those elements that the client might perceive as valuable when selecting a hosting option, hoping to contribute to economic development and improve the quality of the service in the hotels of this district.

18 Introducción

El programa de la Organización Mundial del Turismo (OMT) al hablar de calidad, dice que es el resultado de un proceso que abarca la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas sobre los productos y servicios a un precio aceptable, establecido en el contrato y aceptado mutuamente que cubran los factores tales como seguridad, higiene, accesibilidad, transparencia, autenticidad y la armonía de la actividad turística preocupada por su entorno humano y natural, Zamorano (2012). Aunado a esto se dice que en toda empresa la satisfacción de los clientes está directamente relacionada con la viabilidad de la misma. Entonces se puede decir que “un servicio de calidad incide directamente sobre la satisfacción del cliente” (Getty y Thompson, 1994). Por tanto, desde un punto de vista de viabilidad tanto económica como financiera, la calidad es de suma importancia.

En México muchas veces se escucha la palabra competitividad y según la metodología de Porter en Palacios (2012), dice que la competitividad es una estrategia para que los países puedan competir en un mercado internacional y en esta “La calidad no es una ventaja competitiva en sí misma, es simplemente un requisito” (p.49). Entonces cualquier empresa debería cumplir con este si desea ser competitiva. La necesidad de implantar una filosofía de calidad se está convirtiendo actualmente en un elemento necesario y no suficiente para asegurar el futuro del establecimiento de cualquier empresa, y las empresas del sector hotelero no están exentas. Con respecto a esto, Ruiz, Vázquez y Díaz en Albacete (2004) dicen que “se tiene que ofrecer un servicio excelente al turista y la organización que así lo haga logrará reforzar la lealtad de los clientes actuales y aumentar las posibilidades de captación de otros nuevos”.

La naturaleza subjetiva de los servicios en combinación con un mercado cada vez más exigente ha hecho necesario concentrar esfuerzos en el estudio de la calidad de los mismos, así como en su medición y aseguramiento. Uno de los principales indicadores de la calidad de un servicio es la satisfacción del cliente. Sin embargo, el resultado general de este escenario para este tipo de negocios depende de aspectos variables como la percepción de cada individuo y las características particulares de cada servicio.

Por tal motivo el objetivo de la presente investigación es medir la calidad en el servicio ofrecido por el sector hotelero de Celestún, municipio que alberga más del 90% de los negocios de hospedaje de la zona poniente de Yucatán.

18.1 Antecedentes

Durante la época prehispánica en México no existía la actividad turística como tal, por lo tanto no había necesidad de contar con lugares públicos para el alojamiento. En este periodo los viajes eran motivados sólo por el comercio entre etnias y las peregrinaciones a sitios de adoración religiosa. En ese entonces, “La hospitalidad era considerada como un deber sagrado, mezclado con el temor supersticioso hacia los extranjeros, quienes tal vez fueran Dioses peregrinos dispuestos a repartir el bien o el mal”, Ramos y Barrera (2011). Se sabe también que en épocas de guerras existían caminos en los que se adaptaban lugares para el abastecimiento de comidas y acampado para los guerrilleros, pero no hay indicios de que esto constituyera una actividad de lucro. Después del arribo de los españoles, los aztecas crearon establecimientos para el alojamiento nocturno para viajeros denominados Caoacallis. Durante la época colonial, viajaba gente de la nobleza, dignatarios y civiles al nuevo continente, pero estos solían alojarse en los hogares de familiares, amistades y distintos conventos.

Desde esa época el turismo ha tenido que recorrer un largo tramo para transformarse en la industria que es hoy en día y adquirir la importancia y complejidad que representa como actividad económica para nuestro país. Llegando a ser el primer destino para turistas extranjeros en América Latina y ocupando el décimo tercer sitio a nivel mundial en arribos de turistas.

Actualmente mediante la incorporación de las nuevas tecnologías de la información, la intensificación de la competencia y la preocupación por el deterioro del medio ambiente la prestación de un servicio individualizado que responda a los cambios en los gustos y necesidades de los turistas, se ha convertido en una exigencia para todas las empresas del sector.

El sector hotelero comparte las características propias tanto de los productos como de los servicios y se apoya tanto en elementos tangibles como en elementos intangibles para poder ser evaluados. Estos servicios tienen características únicas y criterios diferentes de evaluación, distribución, establecimiento de procesos, establecimiento de precios, determinación de políticas de comunicación y estructuras de costos. Los servicios turísticos y hoteleros tienen una alta dependencia de la satisfacción del cliente. Para poder ser rentables necesitan desarrollar estrategias efectivas y que comprendan las propias características de cada establecimiento en particular.

Por otra parte los consumidores por lo general se enfrentan a un gran número de productos y servicios que podían satisfacer una necesidad determinada. Estos toman decisiones sobre la compra en base a las expectativas que se forman sobre el valor y la satisfacción que le proporcionan las distintas ofertas. “Los clientes satisfechos vuelven a comprar y se encargan de comunicar a otros sus experiencias. Por otro lado los clientes insatisfechos se van con la competencia y comunican sus experiencias negativas ante otras personas”. Así lo mencionan Kottler y Armstrong (2008).

En la industria hotelera, se han realizado numerosos estudios sobre la satisfacción del cliente, a continuación se resumen seis de los que están en el grupo de medición de la calidad en el servicio a partir del modelo SERVQUAL y uno está en el grupo de autores que han medido la calidad del servicio a partir de otra metodología. Se exponen en función a su año de publicación. En la tabla 1 se muestra un resumen con los datos más relevantes.

Tabla 18 Principales estudios sobre la calidad del servicio en hotelería

	Modelo de Partida	Negocios Investigados	Objetivos	Resultados	Atributos de calidad de servicio	Propuesta
Fick y Ritchie, 1991	SERVQUAL	Hoteles, Restaurantes, estaciones de esquí	Validación del SERVQUAL en la industria hotelera	Confirmación atributos SERVQUAL en el sector turístico	Fiabilidad Seguridad Elementos tangibles Capacidad de respuesta Empatía	
Knutson et al. 1991	SERVQUAL	Hoteles	Validación del SERVQUAL en la industria hotelera	Confirmación de los cinco atributos del modelo SERVQUAL	Fiabilidad Seguridad Elementos tangibles Capacidad de respuesta Empatía	Escala LODGSERV
Saleh y Ryan, 1991	SERVQUAL	Hoteles Urbanos canadienses de 300 habitaciones o más	Validación de atributos SERVQUAL desde la perspectiva del cliente como del directivo	Sobreestimación de las expectativas de los clientes por parte de los directivos. No se confirman los cinco atributos del modelo SERVQUAL.	Sociabilidad y elementos tangibles	
Gretty y Thompson 1994	SERVQUAL	Hoteles	Construcción de un instrumento de medida de la calidad de servicio en hoteles	Validación del instrumento LODGQUAL para medir la calidad en el servicio	Fiabilidad Elementos tangibles Contacto	Escala LODQUAL
Lockwood 1994	Incidente Crítico	Hoteles	Testear la viabilidad Técnica del incidente crítico en hotelería	Validación de la técnica del incidente crítico para evaluar la calidad de servicio		
Falces et al. 1999	SERVQUAL	Hoteles de la comunidad de Madrid	Escala para medir la calidad percibida por los clientes de servicios de alojamiento	Validación de la escala. Nuevos atributos de calidad de servicio	Personal Elementos tangibles Organización del servicio	Escala HOTELQUAL
Mwi et al., 1999	SERVQUAL	Hoteles Australia	Determinar las dimensiones de la calidad en el servicio	Validación del instrumento HOLSERV tridimensional de la calidad del servicio	Empleados/personal Elementos tangibles Fiabilidad	Escala HOLSERV

18.2 Planteamiento del problema

La satisfacción del cliente es un factor importante que se ve reflejado en la utilidad del negocio o empresa. “Se sabe que las empresas que tienen el 98 por ciento de tasa de retención de clientes son más productivas que las que tienen una tasa menor” así lo mencionan James y William (2008) en este contexto, al hablar de productividad nos referimos a prestar un servicio que el cliente valore plenamente.

Fernando Krasovitzky, presidente de LeventerGroup México. Señala que “actualmente el consumidor se ha vuelto más exigente, este se acostumbra rápido a la calidad. La calidad en el servicio, se puede definir como “lo que se logra a través de todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios que entregamos y como el grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances” Blanco (2000). Grönroos (1984) presenta otra definición y dice que “la calidad de los servicios debe ser contemplada desde la óptica de los clientes indicando que es el resultado de un proceso de evaluación, donde el consumidor compara sus expectativas con la percepción del servicio que ha recibido”.

Otro concepto que se tiene que dejar en claro es el significado de servicio. El North American Industry Classification System (NAICS) identifica a las empresas de servicio como aquellas que se dedican a brindar una actividad a personas, negocios o dependencias de gobierno y otras organizaciones para satisfacer sus necesidades. Desde luego que en esta definición quedan incluidos todos los servicios propios de la industria turística. James y William (2008) nos hablan de algunos otros como son: hoteles y otros lugares de alojamiento, establecimientos que ofrecen servicios personales, de negocios, de reparación y diversión.

Arellano(2000) nos menciona que “los servicios presentan características que sin ser exclusivas, son más propias de estos que de los productos, estas características son la intangibilidad, la inseparabilidad con la participación de los clientes y la diversidad de los mismos”. Debido a la creciente importancia que representa el sector de servicios en las economías de todo el mundo como creadora de fuentes de empleo se ha acrecentado la literatura existente sobre el marketing de los servicios en general. En ella, uno de los temas de mayor relevancia ha sido la calidad de los servicios.

Para contextualizar las cifras de la industria hotelera en México, según datos aportados por el INEGI 2010, durante el año 2008 se registraron 1 351 477 establecimientos en los servicios privados no financieros; es decir, 348 151 más de los que había en 2003, este incremento significó 34.7%, con una tasa de crecimiento anual de 6.1 por ciento. En el sector servicios de alojamiento y preparación de alimentos los censos registran 392 242 (10.5%) de unidades económicas las cuales tienen al 8.7 % del personal ocupado de todo el país con un total de 1 743 482 personas ocupadas. En producción bruta total este sector representa el 3.1 % con 283 696 042 miles de pesos (p. 23).

En el Estado de Yucatán, este sector es de gran importancia, para la economía. Se calcula que en el estado existen 28129 empresas de servicios y representa el 32.7 % del total en de todos los sectores. Esta industria emplea 71922 personas remuneradas, siendo el 33.8% del total de personas económicamente activas en la entidad. Luego le sigue el sector comercio con el 25.2% y en tercer lugar se encuentra la industria manufacturera con el 24.2% según INEGI, Censo Económico (2010). Estos datos estadísticos indican el crecimiento en las unidades económicas y el número de personas ocupadas en el sector de servicios en el Estado de Yucatán.

Analizar la calidad de los servicios de alojamiento tiene especial impacto tanto para los empresarios en el sector rural de Yucatán como en las PYMES operadoras de servicios turísticos de la capital del estado ya que estas últimas enlazan a los turistas nacionales y extranjeros con la visita a destinos turísticos al interior del estado. Es por este motivo que se pretende realizar el presente estudio de medición de la calidad en empresas hoteleras en el municipio de Celestún Yucatán.

El objetivo general del trabajo es medir la calidad del servicio ofrecido en los hoteles ubicados en el municipio de Celestún utilizando el modelo SERVQUAL para mejorar la eficiencia de los mismos contribuyendo al fortalecimiento económico de la zona Poniente del Estado de Yucatán. A partir de lo anterior se desprenden los siguientes objetivos específicos: conocer la percepción del cliente sobre el servicio otorgado a través de las cinco dimensiones propuestas por los autores del modelo Parasuraman, Zeithaml y Berry, (1993) e identificar la importancia que tiene cada dimensión para ser considerado como un servicio de calidad en cada uno de los establecimientos de hospedaje participantes.

Las hipótesis a considerar en el estudio derivadas de la aplicación del modelo SERVQUAL son las siguientes: H1.- Los clientes de los hoteles perciben del mismo modo la calidad en los servicios recibidos; H2.- La dimensión cuya media de percepción sobre la calidad en el servicio más alta son los elementos tangibles y H3.- La dimensión de empatía es la media peor calificada en cuanto a la percepción de la calidad en el servicio ofrecida en los hoteles de Celestún.

18.3 Justificación

La importancia de este estudio radica en la escasa literatura del sector turístico en la Región Poniente del Estado de Yucatán, ya que los lugares que aparecen con indicadores o cifras son: Mérida, Valladolid, Izamal Uxmal y Progreso.

Siendo el sector de servicios una fuente generadora de empleo se hace necesario conocer qué tipo de servicio están ofreciendo las empresas dedicadas a este sector, ya que de la calidad depende la satisfacción de los clientes y su fidelización hacia el servicio. También este estudio beneficiará directamente a las empresas participantes ya que a partir de los resultados obtenidos se podrá identificar la importancia que el turista le da a las cinco dimensiones que plantea el modelo (elementos tangibles, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y empatía). Haciendo posible la detección de áreas de mejora en la prestación de sus servicios esperando impactar con esto la permanencia y por ende las utilidades de los hoteles en Celestún.

Al poder ofrecer un servicio de calidad se puede mejorar el porcentaje de permanencia y afluencia de turistas en la Región Poniente lo cual significa mayor movilización de la economía en la zona.

18.4 Materiales y métodos

El instrumento de medición utilizado para este estudio es el modelo es el SERVQUAL propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993). Este modelo mide cinco criterios diferenciados los cuales incluyen todas las facetas de los diez criterios originales y los ítems resultantes de los criterios consolidados plantean definiciones concisas de los mismos. A continuación la tabla 2 muestra la definición de los cinco criterios o dimensiones consolidados:

Tabla 18.1 Significado de las dimensiones del modelo SERVQUAL

Dimensión	Significado
Elementos tangibles (T)	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, empleados y materiales de comunicación.
Fiabilidad (RY)	Habilidad de prestar el servicio prometido de forma precisa.
Capacidad de respuesta (R)	Deseo de ayudar a los clientes y de servirles de forma rápida.
Seguridad (A)	Deseo de ayudar a los clientes y de servirles de forma rápida.
Empatía (E)	Atención individualizada al cliente.

Fuente: Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993)

En el modelo se encontraron algunos hallazgos en los niveles directivos, estos ofrecen algunas medidas que se deberían tomar para el control de la calidad eficaz en los servicios y se distribuyen en clases de discrepancias o deficiencias que corresponden con las percepciones que tienen los ejecutivos sobre la calidad de los servicios y las tareas asociadas con su prestación a los clientes.

Estas cuatro deficiencias son las causas más importantes de las deficiencias en la calidad de los servicios tal y como lo perciben los clientes. Para entender las diferentes deficiencias se denominará la deficiencia percibida por los clientes en la calidad de los servicios como la Deficiencia 5 y las deficiencias que se producen internamente en las empresas de servicios como Deficiencias de 1 a la 4.

Deficiencia 1: Discrepancia entre lo que esperan los usuarios y lo que perciben los empresarios respecto a esas expectativas. Una de las principales razones por las que la calidad de servicio puede ser percibida como deficiente es no saber con precisión qué es lo que los clientes esperan. Esta discrepancia es la única que traspasa la frontera que separa a los clientes de los proveedores del servicio y surge cuando las empresas de servicios no conocen con anticipación que aspectos son indicativos de alta calidad para el cliente, cuales son imprescindibles para satisfacer sus necesidades y que niveles de prestación se requieren para ofrecer un servicio de calidad, este desconocimiento puede provocar una cadena de malas decisiones y usos poco eficientes de los recursos.

Deficiencia 2: Discrepancia entre la percepción que los directivos sobre las expectativas de usuario y las especificaciones de calidad del servicio. Hay ocasiones en las que aun teniendo información suficiente y precisa sobre qué es lo que los clientes esperan, las empresas de servicios no logran cubrir esas expectativas y sobre todo si no existen normas estándar para la prestación o las normas que se aplican no reflejan las expectativas del cliente, la calidad percibida como algo que deben sufrir. El conocimiento de lo que los consumidores quieren y transformar ese conocimiento en directrices claras y concisas para la prestación de los servicios puede disminuir esta discrepancia. Pero aún existen directivos que consideran que la fijación de estándares en base a las expectativas de los clientes es poco realista y no razonable, difícil por tanto de satisfacer y de prever la demanda, lo cual amplían esta deficiencia.

Deficiencia 3: Discrepancia entre las especificaciones de calidad del servicio y la prestación del servicio realmente ofrecido. Aún cuando existan guías para alcanzar un buen nivel de servicio y un trato correcto a los usuarios no garantiza la alta calidad en la prestación del servicio, esta puede tener una amplia variedad de limitaciones como empleados no suficientemente capacitados o un sistema interno incapaz de apoyar al personal de contacto, insuficiente capacidad para dar el servicio. Para ser efectivo no solo hay que considerar las expectativas del consumidor sino que deben estar apoyadas por recursos adecuados y apropiados., Además para que las normas se cumplan se deben establecer mecanismos que aseguren su cumplimiento. Existe una relación directa entre las Deficiencias 3 y 5 de tal manera que la disminución en la Deficiencia 3 (Utilizar los recursos necesarios para lograr que las normas se implanten) debería reducir la Deficiencia 5.

Deficiencia 4: Discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa. Un factor clave en la formación de las expectativas del consumidor es la comunicación externa de los proveedores del servicio. Las promesas que hace una empresa de servicios en la publicidad que realiza en los medios de comunicación, en los mensajes que transmite en su red de ventas y otras comunicaciones incrementan las expectativas.

Esta Deficiencia es la discrepancia entre el servicio real percibido y las promesas del servicio. Las comunicaciones externas no solo afectan las expectativas del usuario sino además su percepción del servicio mismo y esta afecta negativamente la evaluación que hacen los clientes sobre la calidad en el servicio de la Deficiencia 5. Coordinar eficazmente las características reales de la prestación del servicio con la comunicación externa reducirá la Deficiencia 4. Y afectará positivamente la Deficiencia 5.

El SERVQUAL es un instrumento resumido de escala múltiple, con un alto nivel de fiabilidad y validez, para medir las expectativas y las percepciones que tienen los clientes respecto al servicio. Este suministra un esquema o armazón básico basado en un formato en representación de las expectativas y percepciones que incluye declaraciones para cada uno de los cinco criterios sobre la calidad del servicio, Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993). Para este estudio se realizó las adaptaciones necesarias para aplicarlo a hoteles.

Las declaraciones del SERVQUAL se agrupan en función de los cinco criterios o dimensiones de la siguiente manera:

- Elementos tangibles (Declaraciones 1 a 4)
- Fiabilidad (Declaraciones 5 a 9)
- Capacidad de respuesta (Declaraciones 10 a 13)
- Seguridad (Declaraciones 14 a 17)
- Empatía (Declaraciones de la 18 a la 22)

Para evaluar la calidad de un servicio con el SERVQUAL, es necesario calcular la diferencia que existe entre las puntuaciones que asignen los clientes a las parejas de declaraciones (Expectativas y percepciones). Específicamente, la Deficiencia 5. Puede calcularse la puntuación que le dan, en cada uno de los cinco criterios, todos los clientes al servicio de una empresa obteniendo un promedio de las puntuaciones SERVQUAL individuales que se obtienen a su vez calificando sus declaraciones sus declaraciones para cada uno de los criterios y se siguen los siguientes pasos:

- Para cada cliente sume las puntuaciones que les hayan dado a las declaraciones de cada criterio y divida el total entre el número de declaraciones correspondientes a cada criterio.
- Sume las puntuaciones individuales de los N clientes obtenidas en el paso 1 y divida el total entre N lo cual da como resultado la media de cada pregunta.

Además las puntuaciones de los cinco criterios anteriores es decir por cada dimensión anteriormente mencionada se suman y se dividen entre cinco obteniendo la medición global de la calidad del servicio. Esta será una calificación SERVQUAL no ponderada ya que no toma la importancia relativa que los clientes atribuyen a cada dimensión o criterio. Si se desea obtener la calificación del SERVQUAL ponderada que tome en consideración la importancia relativa a los distintos criterios y siga los siguientes pasos:

- Calcule la puntuación SERVQUAL promedio para cada uno de los cinco criterios (Este paso es similar al descrito anteriormente).
- Para cada cliente multiplique la puntuación SERVQUAL de cada criterio obtenida en el paso 1. Por el peso o importancia relativa la cual representa los puntos que asigno el cliente al criterio divididos entre 100.
- Para cada cliente sume la puntuación SERVQUAL ponderada obtenida en el paso 2. Y obtendrá una calificación ponderada combinada.
- Sume las puntuaciones obtenidas en el paso 3 para los N clientes y divida el total entre N.

La escala utilizada es un instrumento de medición o de recolección de datos que se dispone en la investigación social para medir actitudes. Consiste en un conjunto de ítems bajo la forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se solicita la reacción (favorable o desfavorable, positiva o negativa) de los individuos.

Dentro de los aspectos de la escala tipo Likert, es importante resaltar las alternativas o puntos, que corresponden a las opciones de respuesta de acuerdo al instrumento seleccionado. A continuación las alternativas y valores usados en la investigación fueron:

- 1 Fuertemente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Ligeramente en desacuerdo
- 4 Indiferente
- 5 Ligeramente de acuerdo
- 6 De acuerdo
- 7 Fuertemente de acuerdo

18.5 Resultados y discusión

Resultados

Para medir la fiabilidad del instrumento SERVQUAL aplicado en 40 cuestionarios en dos hoteles de Celéstún se calculó el alfa de Cronbach dando como resultado .96 esto quiere decir es suficiente para garantizar la fiabilidad de la escala utilizada en las 22 preguntas realizadas en el instrumento como se ilustra en la siguiente tabla 4. Cuanto más se aproxime a su valor máximo 1, mayor es la fiabilidad. Los datos se procesaron en el programa SPSS.

Tabla 18.2 Fiabilidad en el estudio

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.967	22

La tabla 4 resume la calificación media asignada por el cliente para cada pregunta y lo que se puede resaltar es que esta dimensión muestra que el cliente está de ligeramente de acuerdo con la calidad ofrecida.

La pregunta 1 (El equipo y mobiliario del hotel tienen la apariencia de ser modernos) fue la peor calificada con 5.25 y la mejor calificada con 5.9 fue la pregunta 3 (Los empleados del hotel tienen una apariencia pulcra).

Estadísticos

Tabla 18.3 Medición de la calidad de los Elementos Tangibles

Criterio	Pregunta	Media	Moda	Desv. típ.
Elementos Tangibles	P1	5.25	5	0.78
	P2	5.65	5	0.66
	P3	5.9	6	0.71
	P4	5.75	6	0.63
Promedio de las medias		5.63		0.69

Fuente: Elaboración propia

En el criterio de fiabilidad se obtiene una media de 5.95 lo que quiere decir que el cliente está ligeramente de acuerdo con la calidad de la dimensión. La calificación más baja fue de la pregunta 9 (En el hotel insisten en mantener registros exentos de errores) y la más alta fue de 6.1 en la pregunta 8 (En el hotel terminan el servicio en el tiempo en que se comprometen a hacerlo). Como se muestra en la tabla 5.

Tabla 18.4 Medición de la calidad de la Fiabilidad

Criterio	Pregunta	Media	Moda	Desv. típ.
Fiabilidad	P5	6	6	0.64
	P6	6	6	0.72
	P7	5.95	6	0.75
	P8	6.1	6	0.78
	P9	5.75	6	0.63
Promedio de las medias		5.95		0.72

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la capacidad de respuesta la calificación obtenida en esta dimensión fue de 6.08 por lo cual se dice que el cliente está de acuerdo con la calidad de esta dimensión.

Aquí la calificación de la pregunta 11 (Los empleados del hotel le sirven con rapidez) fue la más baja con 5.97 y la pregunta 10 (Los empleados del hotel informan con precisión a los clientes cuando concluirá el servicio) se obtuvo la calificación de 6.15 siendo la más alta expuesta en la tabla 6.

Tabla 18.5 Medición de la calidad de la Capacidad de respuesta

Criterio	Pregunta	Media	Moda	Desv. típ.
Capacidad de respuesta	P10	6.15	7	0.80
	P11	5.97	6	0.83
	P12	6.08	6	0.76
	P13	6.1	6	0.78
Promedio de las medias		6.08		0.79

Fuente: Elaboración propia

Lo más relevante de la siguiente tabla 7 en cuanto a la calidad de la seguridad es que los clientes están de acuerdo con la calidad ofrecida obteniendo una calificación de 6.05, en donde la pregunta 17 (Los empleados del hotel tienen conocimientos suficientes para contestar a sus preguntas) fue la que obtuvo menor calificación (5.9) y la pregunta 14 (El comportamiento de los empleados del hotel le transmiten confianza) fue la más alta con 6.25.

Tabla 18.6 Medición de la calidad de la Seguridad

Criterio	Pregunta	Media	Moda	Desv. típ.
Seguridad	P14	6.25	7	0.78
	P15	6	6	0.64
	P16	6.05	6	0.75
	P17	5.9	6	0.84
Promedio de las medias		6.05		0.75

Fuente: Elaboración propia

El último criterio, la empatía, presenta una calificación de ligeramente de acuerdo con la calidad con 5.93, en donde la calificación más baja fue en la pregunta 22 (los empleados del hotel comprenden cada una de sus necesidades) con 5.85 y la mayor calificación fue de 6.05 en la pregunta 20 (Los empleados del hotel le dan una atención personalizada).

Tabla 18.7 Medición de la calidad de la Empatía

Criterio	Pregunta	Media	Moda	Desv. típ.
Empatía	P18	5.95	5	0.81
	P19	5.9	5	0.84
	P20	6.05	6	0.68
	P21	5.95	6	0.75
	P22	5.85	6	0.66
Promedio de las medias		5.93		0.73

En cuanto a la medición global de la calidad ofrecida e los hoteles el cliente percibe como ligeramente de acuerdo con la calidad en general con una calificación de 5.93, los cual nos indica que hay mucho que trabajar en cuanto a la calidad en el servicio que ofrecen estos productos turísticos como lo muestra la tabla 9.

Tabla 18.8 Medición global de la calidad del servicio

Criterio	Promedio de las medias
Capacidad de respuesta	6.07
Seguridad	6.05
Fiabilidad	5.95
Empatía	5.93
Elementos Tangibles	5.64
Promedio de todos los criterios	5.93

Discusión

Bethencourt, Díaz, González y Sánchez (2005) mencionan en su artículo la medición de la calidad de los servicios prestados por los destinos turísticos que en el ítem 10 muestra una media negativa en la cual se opone a los resultados obtenidos en este proyecto ya que en esta pregunta se obtuvo la calificación más alta es decir que informan con precisión cuando concluirán el servicio. Siguiendo con la comparación para nuestro estudio la capacidad de respuesta obtuvo la media más alta contrario al ya mencionado donde los niveles de calidad en los que fallan son los componentes relacionados con la información y la respuesta rápida a las dudas de los turistas.

En donde se coincide con el estudio realizado por Bethencourt et, al. (2005) es en que el criterio con la media más baja fue el los elementos tangibles, en lo que se refiere a mobiliario y equipamiento, todas las instalaciones, los materiales para dar el servicio y la apariencia de los empleados, coincidiendo con los resultados de estos en donde mencionan que en relación con la tangibilidad: a) Los aspectos que tienen que ver con “equipos nuevos y nuevas tecnologías están por debajo de las expectativas de los turistas; b) Las instalaciones físicas son cómodas y atractivas, tal como esperaban los turistas; c) Los empleados tienen una apariencia más pulcra de la esperada y d) Los elementos materiales y la documentación relacionada con el servicio son visualmente atractivas, tal como esperaban los clientes.

Este mismo estudio en lo que respecta al factor de fiabilidad vemos como las medias percibidas están por debajo de las expectativas que tenían. Este resultado indica que en la prestación del servicio falta y se coincide con los resultados de este estudio ya que es el tercer lugar y el cliente ligeramente acepta este criterio. Y para terminar con el criterio de empatía se obtienen medias en la que ligeramente acepta la calidad el cliente opuesto a los resultados obtenidos por el estudio de Bethencourt (2005) en donde la calidad percibida superiores, excepto en el ítem 22 y con diferencias significativas en los ítems 18, 19 y 21. Los resultados positivos más acusados se dan en la atención individualizada y personalizada al cliente y en el conocimiento de las necesidades específicas de los turistas.

Otro estudio sobre la calidad en el servicio realizado por Gabriel (2003) dice que en elementos tangibles, empatía y confiabilidad se tienen resultados positivos mientras que para nuestro estudio no resultó tan favorable, En cuanto a la capacidad de respuesta y la seguridad en para ellos resultó desfavorable y contrario al presentado fue totalmente lo opuesto.

18.6 Conclusiones

Aunque la presente investigación sigue en curso aun con el levantamiento de encuestas ya se cuenta con avances significativos en el proyecto. Los resultados que se obtuvieron hasta el momento sobre la percepción de los clientes con respecto a la calidad de los servicios de hospedaje recibidos son los siguientes: los ítems de capacidad de respuesta y seguridad que obtuvieron resultados positivos y representan sin duda una de las fortalezas de estos servicios. Por otra parte, la fiabilidad, la empatía y los elementos tangibles reciben menor puntaje de las medias, en donde ligeramente se acepta la calidad del servicio ofrecido, lo que representa que existen áreas de mejora en estos rubros.

En cuanto al objetivo específico en la tabla 9 de resultados, se puede identificar la importancia que tiene cada dimensión en un establecimiento de hospedaje. En cuanto a las hipótesis de categorización según la importancia de los ítems para el cliente, los criterios con mayor valor fueron la capacidad de respuesta y seguridad y los menos valorados fueron la fiabilidad, empatía y elementos tangibles. Finalmente las encuestas arrojaron que los clientes de manera global, han considerado como buena la calidad de los servicios recibidos por parte de las empresas hoteleras del municipio de Celestún.

18.7 Agradecimientos

Este trabajo es apoyado por el PROMEP a través del proyecto “Medición de la Calidad de los Servicios del Sector Hotelero de Celestún Yucatán”.

18.8 Referencias

Albacete, C.A. (2004). Calidad de servicio en alojamientos rurales. Granada: Universidad de Granada.

Arellano, R. (2000). Marketing Enfroqué América Latina. México: Mc Graw Gill Interamericana Editores S.A. de C. V.

Bethencourt, M., Díaz, F., González, M. y Sánchez, J. (2005), La Medición de la calidad de los servicios prestados por los destinos turísticos: el caso de la isla de La Palma. España: Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Vol. 3, Núm. 2: Universidad de la alguna.

Blanco, M. (2000). Dirigir con calidad total. (1ª edición). México: Mc. Graw Gill

Gabriel, A. (2003). Medición de la calidad de los servicios. Tesis maestría: Universidad del CEMA. Disponible en: http://www.ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2003/MADE_Weil.pdf

Getty, J.; Thompson, K. (1994). The Relationship Between Quality, Satisfaction, and Recommending Behavior in Lodging Decisions. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*

Getty, J.; Thompson, K. (1994). “A procedure for scaling perceptions of lodging quality”. *Hospitality Research Journal*

Grönroos, C. (1984). “A service quality model and its marketing implications”. *European Journal of Marketing* 18(4), 36-44.

INEGI. (2010). Resumen de los Resultados de los Censos Económicos 2009. México: INEGI.

James, E. y William, L. (2008) Administración y control de la calidad. (7ª edición). México: CENGAGE Learning

Kotler, P., y Armstrong G. (2008). Fundamentos de Marketing. (8ª Edición). México: Pearson Educación de México. S.A.

Palacios, J. (2012). Administración de la Calidad. 2ªEdición. México: Trillas

Parasuraman, A. Zeithaml, V y Berry, L. (1993). Calidad Total en la Gestión de Servicios. España: Ediciones Diaz y Santos S.A.

Ramos, F. y Barrera, M. (2011). Operación de Hoteles 1. 2ªEdición. México: Trillas.

Santoma, R y Costa, G. (2007). Calidad de Servicio en la industria hotelera. ESADE- Universidad RamónLlull disponible en: www.esade.edu/cedit2007/pdfs/papers/pdf9

Zamorano, F. (2012). El negocio del turismo. México: Trillas.

MIPYME en San Juan del Río y sus fuentes de financiamiento

Yolanda Cortés, Rafael Estrella, Cypatly Rojas, Jazel Velasco y Jorge Villarreal

Y. Cortés, R. Estrella, C. Rojas, J. Velasco y J. Villarreal
Universidad Autónoma de Querétaro.
Facultad de Contaduría y Administración, Campus San Juan del Río.
Escuela de Bachilleres Plantel San Juan del Río
Cerro de las Campanas S/N, Las Campanas, 76010 Santiago de Querétaro, Querétaro
finanzasycobranzas@hotmail.com

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

The objective of this research is to identify the main sources of funding available to the Mexican MIPYME and what are the reasons for not having access to financing in the industry, trade and services. The instrument was adapted from the study "Financing MIPYME in Mexico: the case of the state of Querétaro " (Saavedra and Milla, 2012). The data were obtained from a survey of 165 companies, statistical analysis is descriptive. This research was conducted in three parts the first theoretical framework for financing and develops MIPYME in Mexico, the second deals with public policies on financing of MIPYME in the state of Querétaro.

Finally, the presentation of the development of research and the results. The most important result: MIPYME main source of financing are the suppliers, lack of financial credit is an obstacle for being competitive since no long-term financing to carry out investments. No access to a credit line because it does not get the requirements applying financial institutions.

19 Introducción

La micro, pequeña y mediana empresa sufren rezagos en su desarrollo debido a su pequeño tamaño, no alcanzan economías de escala, no tienen poder de negociación con clientes y proveedores, por lo tanto manejan costos elevados; la falta de financiamiento para que puedan crecer, invertir en tecnología e innovación y alcanzar niveles competitivos por otra parte, las fallas de mercado impiden obtener información sobre nuevas tecnologías, innovaciones y programas de apoyo.

Ante este panorama el objetivo general de esta investigación es conocer cuáles son las principales fuentes de financiamiento de la MIPYME y las causas que impiden el acceso a obtener financiamiento en el mercado crediticio. En esta investigación se encontraron limitaciones para determinar los factores más importantes que impiden a la MIPYME acceder a financiamiento por su amplitud.

El estudio empírico se llevó a cabo con una muestra de 165 empresas y se encuentra delimitado al municipio de San Juan del Río en el estado de Querétaro en México. Este proyecto es importante dado que existen pocos estudios sobre financiamiento de la MIPYME en San Juan Río y el problema del financiamiento es un elemento clave para el desarrollo de este sector empresarial.

19.1 Metodología

Esta investigación es de carácter descriptivo con un diseño de investigación no experimental de corte transversal. Se encuentra estructurado en base a variables diseñadas en el instrumento de medición donde se recolectaron los datos para determinar las principales fuentes de financiamiento de la MIPYME y los factores que no le permiten acceder a créditos, mediante un trabajo de campo se aplicó una encuesta a través de una entrevista personal. (Hernández, et al., 2006:26).

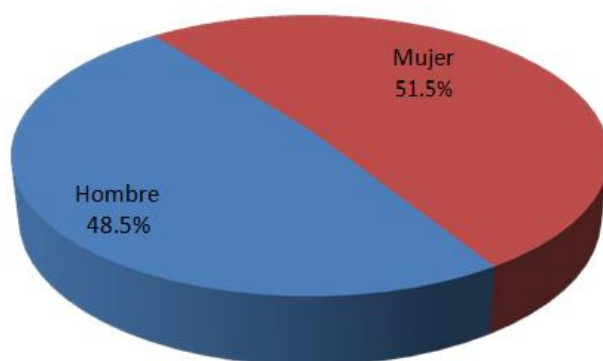
19.2 Resultados

Análisis descriptivo

En primer lugar se dan a conocer las características individuales del empresario y de las empresas objeto de estudio.

De la muestra total seleccionada con respecto al género 51.5% son empresarias mientras que 48.5% son empresarios, de los cuales la mujer mantiene un nivel de preparación superior tanto en licenciatura como en posgrado de 16.4% y 3% respectivamente mientras que los varones alcanzan 4.8% y 0.6%. Sin embargo en ambos predomina la educación a nivel de preparatoria tanto en los sectores industria (100%), comercio (53.5%) y servicios (42.9%).

Gráfico 19 Integración de empresarios por género



Fuente: Elaboración propia con datos de encuesta MIPYMESJR

Del total de empresas encuestadas 99.4% son personas físicas y sólo 0.6% personas morales. Este resultado por sectores es similar las personas físicas representan en la industria (100%), el comercio (99%) y en los servicios (100%). El análisis por tamaño de empresa indica que son personas físicas en las micro empresas 96.4% y en la pequeña empresa 3%. Este resultado muestra un grave problema que afecta a la MIPYME en México donde la mayoría son personas físicas que no tienen acceso a los beneficios que el empresario obtiene como persona moral.

Gráfico 19.1 Régimen Fiscal MIPYME en San Juan del Río



Fuente: Elaboración propia con datos de encuesta MIPYMESJR

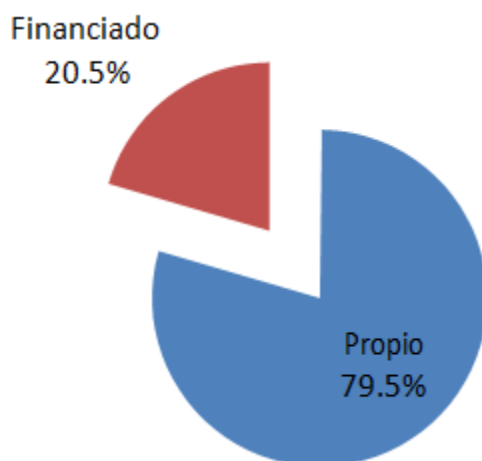
Los empresarios en San Juan del Río cuentan con experiencia en el ámbito de los negocios tanto en los sectores industria (100%), comercio (57.4%) y servicios (66.7%) mientras que los empresarios jóvenes con menor experiencia sólo representan 17.6% del total. Las empresas vulnerables por encontrarse en una etapa inicial alcanzan 35.2% sin embargo se encuentran administradas por empresarios experimentados, por lo tanto tienen mayores posibilidades de sobrevivencia, dado que en México después de dos años sólo 35% de las empresas logra sobrevivir.

En segundo término se tienen los resultados del estudio empírico relacionados con el acceso al Financiamiento de la MIPYME en San Juan del Río.

Estructura de capital

En San Juan del Río las empresas en promedio presentan la siguiente estructura financiera: capital propio 79.5% y financiamiento 20.5%. al inicio se mencionó la situación del escaso financiamiento que recibe la MIPYME tanto en México como en otros países .

Gráfica 19.2 Estructura del Capital de las MIPYME en San Juan del Río

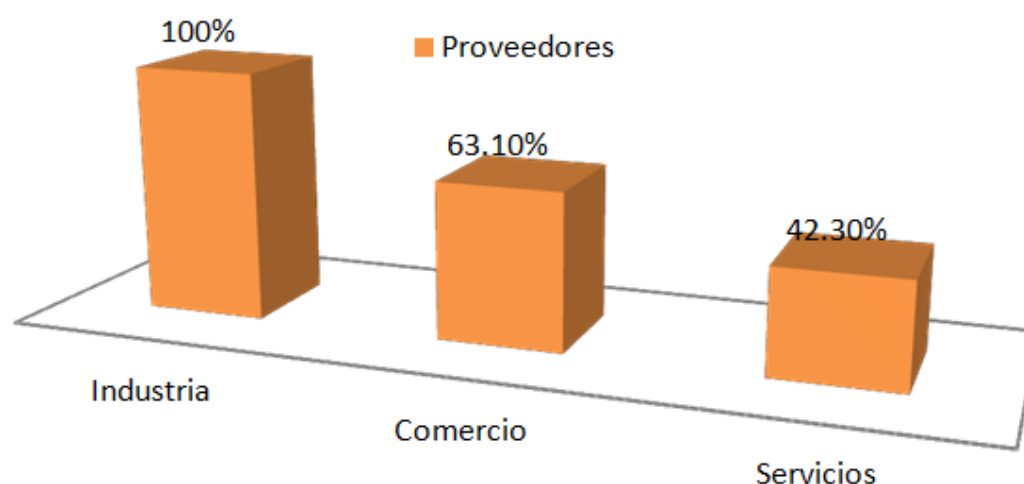


Fuente: Elaboración propia con datos de encuesta MIPYMESJR

Principales fuentes de financiamiento

La principal fuente de financiamiento de las empresas en San Juan del Río son los proveedores tanto en el sector industria (100%), comercio (63.1%) y servicios (42.3%). Es preocupante este resultado dado que los créditos de proveedores son de corto plazo sólo permiten mantener en forma operativa a la empresa, pero es incapaz de proporcionar financiamiento de largo plazo para inversión. Es escaso el financiamiento de los bancos comerciales en el sector comercio representa 12.9% y en los servicios 18.7% y de las Cajas de Ahorro que tienen un comportamiento similar. Este resultado de las instituciones financieras nos indica que las políticas públicas establecidas por el gobierno federal para que la MIPYME tenga mayores accesos a líneas de financiamiento no se está cumpliendo.

Esta falta de financiamiento para la MIPYME le impide crecer por que no puede llevar a cabo inversiones, consolidarse dado que carece de fondos para invertir en tecnología e innovación y por ello no logra ser competitiva. Mientras que las ventas al crédito en promedio representan el 44% de las ventas totales con un plazo promedio de 25 días.

Gráfica 19.3 Principal fuente de financiamiento de las MIPYME en San Juan del Río

Fuente: Elaboración propia con datos de encuesta MIPYMESJR

Costo del crédito

Los bancos comerciales mantienen tasas de interés superiores a las Cajas de Ahorro. En el sector comercio el costo del crédito bancario es de 29% y en los servicios 35%; mientras que las Cajas de Ahorro sostienen tasas de 23% y 27% respectivamente.

Un aspecto importante para el empresario es definir el tipo de interés que solicitará. Al obtener el financiamiento debe elegir entre una tasa fija o variable, ante eventos económicos negativos como la crisis financiera internacional de 2008 y otros hechos locales que requieren prudencia. Por ello, se comprobó que más del 90% de los empresarios de San Juan del Río tanto del sector comercio como de servicios han optado por elegir tasas de interés fijos.

Tabla 19 Tipo de interés MIPYE en San Juan del Río

Tipo de Interés	Sector Comercio	Sector Servicios
Fijo	88.9%	94.1%
Variable	11.1%	5.9%
	100%	100%

Fuente: elaboración propia con datos de encuesta MIPYMeSjR.

Los motivos por el cual el empresario no obtiene financiamiento son diversos, en San Juan del Río en los sectores industria, comercio y servicios principalmente es debido a que el empresario “no reúne los requisitos que solicitan las instituciones financieras”, generalmente como es persona física no administra en forma separada los recursos de la empresa y de su patrimonio familiar, por lo tanto tiene una contabilidad rudimentaria y no dispone de información financiera suficiente.

Otro motivo es que “ha solicitado un crédito y no le otorgaron”, este aspecto también es consecuencia de la falta de información financiera adecuada, además el empresario no dispone de un historial crediticio que le permita evaluar correctamente a las instituciones financieras y optan por rechazar la solicitud de crédito.

En tercer lugar indican que “las tasas de interés son elevadas”, al carecer de suficiente información sobre el empresario las instituciones financieras elevan las tasas de interés para compensar el riesgo crediticio.

Oferta de crédito para la MIPYME en San Juan del Río

Con respecto a los organismos financieros privados en el municipio de San Juan del Río existen diversas ofertas de crédito para la MIPYME de parte de la banca comercial. Los créditos fluctúan desde \$50,000 hasta \$3'000.000 de pesos, algunos solicitan garantías y responsables solidarios.

Los intereses más bajos los proporciona el Banco Santander en la modalidad de Plan PYMES oferta de \$100,000 a \$3'000,000 pesos y el costo es de 8% anual, se requiere un responsable solidario; los intereses más altos son precisamente este mismo Banco Santander que manejan una tasa de 39.5% para cualquier persona física que requiera este financiamiento pero fuera del Plan PYMES, se debe recordar que los créditos para las MIPYME se han generado a través de programas con carácter temporal.

A continuación se presenta en específico esas dos modalidades de oferta de crédito por parte de Banco Santander para una mejor comprensión.

Tabla 19.1 Crédito Banco Santander

Institución	Modalidad	Montos del crédito	Requisitos	Garantía	Responsable Solidario	Intereses
Banco Santander	Plan PyMES Santander	De \$100,000.00 a \$3'000,000.00	-Copia de credencial de elector - RFC -Últimos 12 Edos. Cta. Pueden ser de un banco diferente -Comprobante de domicilio -Si eres cliente del banco el tope pueden ser hasta \$7'000,000.00	No	1	8% anual
	Préstamo P. Física	Dependiendo Precalificación	-Copia de credencial de elector - Comprobante de ingresos, recibos de nómina últimos 6 meses -Comprobante de domicilio -Llenar solicitud	No	No	Varía desde 15% al 39.5%
	Crédito Repecos	Dependiendo Precalificación	-Copia de credencial de elector - RFC (antigüedad de 4 años) -Últimos 6 meses declaraciones -Comprobante de domicilio -Llenar solicitud	No	No	22%

19.3 Discusión

Una micro o pequeña empresa difícilmente puede tener la oportunidad de crecer bajo las pocas o casi nulas oportunidades de crédito que puede tener; desde los requisitos, hasta las tasas de interés. En el municipio, como en el estado hoy en día existen apoyos por parte del gobierno para las MIPYMES, sin embargo, la difusión no está logrando su objetivo, por otra parte, como la mayoría de estas organizaciones no pueden incluso estar pagando una cuota de afiliación ante las Cámaras de Comercio, que sería una muy buena fuente de información de los apoyos, se agudiza aún más el desconocimiento de las diferentes convocatorias por parte del gobierno para lograr un crecimiento que se convierta al mismo tiempo en el crecimiento del propio municipio.

19.4 Conclusiones

Los principales hallazgos de esta investigación nos permiten determinar que:

- Respecto al empresario mayoritariamente el nivel educativo es bajo tanto en los sectores industria, comercio y servicio sólo alcanzan la preparatoria. Sin embargo tienen como ventaja competitiva una amplia experiencia en los negocios.
- En cuanto a las empresas cerca al 45% mantienen una antigüedad superior a los cuatro años, por lo tanto han superado la etapa de vulnerabilidad y tienen mayores posibilidades de sobrevivencia; 20% son empresas consolidadas con más de 11 años en los mercados y 35% son negocios vulnerables.
- El 99.4% de los negocios son personas físicas detectándose la misma problemática que tiene la MIPYME en México, donde el empresario no se formaliza y por ello sólo 0.6% son personas morales.
- Las empresas en San Juan del Río indican que en promedio 80% de su capital es propio y reciben 20% de financiamiento.
- De otro lado la principal fuente de financiamiento de la MIPYME son los proveedores tanto en los sectores industria (100%), comercio (63.1%) y servicios (42.3%). Los proveedores proporcionan en promedio sólo 30 días del financiamiento de la MIPYME en San Juan del Río. Como consecuencia la inversión en proyectos de largo plazo es mínima sólo 19.1% en el sector comercio y 28.2% en los servicios, por lo tanto el financiamiento se destina principalmente a capital de trabajo. Este tipo de financiamiento no beneficia el desarrollo y crecimiento de la MIPYME.
- Así también el financiamiento de los bancos comerciales y de las Cajas de ahorro es escaso en el sector comercio representa 13% y en los servicios alrededor de 19%. Las tasas de interés promedio de los bancos comerciales es de 32% y de las Cajas de Ahorro 25%. El empresario elige principalmente tasas de interés fijas en lugar de variables y proporciona como garantía avales. Las políticas públicas del gobierno federal establecidas para mejorar el acceso al financiamiento para la MIPYME mantienen un reto, no han logrado resolver esta problemática que es clave para mejorar la competitividad de la MIPYME.

- Por último se encontró que la MIPYME de San Juan del Río el principal motivo para no acceder a financiamiento es debido a que el empresario “no reúne los requisitos que solicitan las instituciones financieras”, el segundo “ha solicitado un crédito y no le otorgaron” y el tercero indica que las “tasas de interés son elevadas”. Los primeros dos factores son consecuencia de ser persona física, no disponen de una contabilidad y de información financiera adecuada que debe evaluar el banco para que el empresario pueda acceder a un crédito. El tercer factor tiene que ver con la información asimétrica ante la falta de un historial crediticio por parte del empresario el banco lo evalúa como un sujeto de alto riesgo crediticio y por lo tanto debe compensarse con tasas de interés más elevadas.
- La falta de acceso al financiamiento es uno de los problemas más importantes que afecta a la MIPYME en México, en Latinoamérica y Europa. Es un obstáculo para el crecimiento de la MIPYME, para los emprendedores es más restrictivo e impide la creación de nuevas empresas, es mínimo el acceso al sistema financiero, con elevadas tasas de interés y plazos cortos.
- El empresario MIPYME en San Juan del Río desconoce los programas de apoyo del gobierno federal y estatal con respecto a financiamiento. Nacional Financiera promueve garantías de crédito, el programa cadenas productivas mediante el factoraje permite tener liquidez en menor tiempo, financiamiento a través de la banca comercial y otras instituciones financieras, sin embargo estas políticas no son efectivas.

19.5 Agradecimientos

A la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ) y a la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) por el apoyo brindado para la realización de esta investigación.

A las 165 empresas que adicional a la contestación del cuestionario, decidieron compartir su historia de empresas, las cuales nutren el conocimiento sobre estas organizaciones a nivel municipal y de quienes fuimos parte de este proyecto.

19.6 Bibliografía

Gómez, G. (2013, octubre). Entrevista Banco Santander. San Juan del Río, Qro. México.

Instituto Nacional de la Economía Social Delegación en el estado de Querétaro, reglas de operación del Fondo Nacional de Apoyos para Empresas en Solidaridad (FONAES) para el ejercicio fiscal 2012.

<http://www.inaes.gob.mx/doctos/RO/Reglas%20de%20operacion%20FONAES.pdf>
fecha de consulta 24 de octubre, 2013

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2006) Metodología de la investigación. 5ª. Ed. México, Mc. Graw Hill pag. 26

Nivel de gestión socioeconómico y salud municipal en México mediante el análisis de componentes principales

Ariel Vázquez, Abigail Reyes y María Carrillo

A. Vázquez, A. Reyes y M. Carrillo

Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca. Romualdo del Campo # 501 Fracc. Rafael Curiel, Ciudad Valles, San Luis Potosí, México. CP. 79060. abigail.reyes@uaslp.mx

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

Objective: Establish a management index on variables of socioeconomic development and health in the municipalities of the Mexican Republic. **Methodology:** Official information related to social development and health of the National Institute of Statistics and Geography (INEGI), National Institute for Federalism and Municipal Development (INAFED) and the National Council for the Evaluation of Social Development Policy (CONEVAL) variables was obtained from 2010. Were analyzed 13 variables by multivariate principal component analysis (ACP) generating new variables to express the information in the original dataset, to reduce the dimensionality of the problem being studied as a preliminary step for future analysis, and eliminate original variables as possible, if they can provide little information (Pla, 1986). **Results:** The cumulative percentage of variability explained by the three principal components was 66.38 %. Subsequently, a correlation coefficient between the components and the variables involved. **Conclusions:** The first component is positively correlated with variables employed population with income up to 2 minimum wages, population 15 years and over had not completed primary and total population entitled Seguro Popular, and negatively with total current income per capita monthly (ICTPC).

20 Introducción

Actualmente, los gobiernos subnacionales se encuentran en un momento de revalorización y cambio institucional cuyos servicios públicos deben brindarse a la ciudadanía con un enfoque de calidad y eficiencia. Ostrom (1972) señala que el servidor público de una sociedad democrática se rehusará a salirse de los lineamientos del marco de ley para el bienestar común y a usar capacidades coercitivas del Estado para afectar los derechos de los individuos, aunque usará la persuasión pacífica y razonada para llevar a cabo tales acciones.

Los estilos de gestión y políticas públicas en los diferentes gobiernos y administraciones municipales en el País generan una influencia determinante sobre el desarrollo y crecimiento social, económico y del medio ambiente, que repercuten sobre el acceso a mayores y mejores servicios públicos. En las últimas tres décadas, las crisis económicas y sociales estimularon el desarrollo de programas y políticas públicas para mejorar el desarrollo y crecimiento de la sociedad. Actualmente, estas acciones son un instrumento para contener la movilización de grupos organizados que ejercen presión para la obtención de mejoras en sus condiciones de vida socioeconómica y de salud.

Una forma de evaluar la efectividad de las políticas públicas es mediante la generación de indicadores que permitan conjuntar diversas variables y estadísticas para obtener información precisa e interpretativa, cuya finalidad ofrezca emitir juicios y mejorar la toma de decisiones acerca de la gestión del desarrollo socioeconómico y salud municipal. Un análisis multifactorial sobre el desarrollo social, económico y de salud mide las realidades locales en este sector; en este sentido, conocer la gestión municipal permitirá saber cuál ha sido el compromiso de los gobiernos locales con la sociedad en estos sectores. Para realizar lo anterior, se estudian en forma combinada 13 variables obtenidas del INAFED, INEGI y CONEVAL (2010) utilizando el análisis de componentes principales (ACP).

Esta investigación se propone establecer un índice de gestión sobre variables de desarrollo socioeconómico y salud en los municipios de la República Mexicana.

Los resultados permitirán tomar decisiones de políticas públicas, ya sea para revertir como para prevenir, con un mayor grado de confiabilidad sobre los compromisos de las administraciones y gobiernos locales; además, aportará un instrumento de apoyo a las instituciones encargadas de las políticas federales, estatales y locales.

El reclamo de la sociedad en un municipio se genera desde la perspectiva de ¿qué están haciendo los municipios (rurales, urbanos) para mejorar el desarrollo socioeconómico y salud? ¿Realmente contribuyen los municipios como facilitadores para lograrlo? ¿Cómo toman las decisiones para establecer sus niveles y distribuciones de gasto al interior de sus localidades?

Existen muchos factores políticos, económicos, demográficos, jurídicos, sociales, que pueden estar generando situaciones y resultados no favorables a la ciudadanía. Toledo (2003) establece que “la alta dirección de la Administración requiere normalmente de opiniones independientes y evaluaciones que obedecen a objetivos inmediatos y específicos de un sector, tras el propósito de mejorar la gestión interna, de acuerdo a parámetros esencialmente políticos”.

20.1 Metodología

Se obtuvo información oficial de variables relacionadas con el desarrollo socioeconómico y salud de 2,456 municipios de la República Mexicana. Se analizaron 13 variables que son: porcentaje (%) de población de 15 años o más analfabeta (PSE); % de población de 15 años o más sin primaria completa (PSP); % ocupantes en viviendas sin drenaje ni excusado (OSD); % ocupantes en viviendas sin energía eléctrica (OSE); % ocupantes en viviendas sin agua entubada (OSA); % viviendas con algún nivel de hacinamiento (VCH); % ocupantes en viviendas con piso de tierra (OCP); % población ocupada con ingreso de hasta 2 salarios mínimos (P2S); % población total con derechohabencia a servicios de salud (PSS); % población total derechohabiente del IMSS (PIM); % población total derechohabiente del ISSSTE (PIS); % población total derechohabiente del Seguro Popular o para una Nueva Generación (PPO) e ingreso corriente total per cápita (ICTPC) mensual (ICT).

El modelo de análisis de componentes principales (ACP) transforma un conjunto de variables correlacionadas en otro no correlacionado, ordenando los indicadores transformados, de forma tal, que el primer componente trate de explicar la mayor proporción de varianza de los datos como sea posible.

Los objetivos más importantes del análisis por ACP son: determinar “factores” que sucesivamente expliquen toda la varianza total y simplificar mediante la ordenación de la información que arroja una matriz de correlaciones para hacerla más fácilmente interpretable. Para el análisis de la información se utilizó el paquete estadístico de Statistical Package for the Social Sciences SPSS V21.

La medida de Keiser-Meyer-Olkin (KMO) es un test para conocer la idoneidad de los datos y utilizar el método de ACP para el análisis de las variables. Según Visauta (1997) la medida (MKO) clasifica la rigurosidad del análisis de la siguiente manera: De $1 < KMO \leq 0.90$ la idoneidad de los datos se consideran excelentes; de $0.90 < KMO \leq 0.80$ se consideran buenos; de $0.80 < KMO \leq 0.70$ son considerados aceptables; de $0.70 < KMO \leq 0.60$ se consideran mediocres o regulares; de $0.60 < KMO \leq 0.50$ se consideran malos; de $KMO < 0.50$ muy malos. Por su parte, la prueba de esfericidad de Bartlett se utiliza para verificar si la matriz de correlaciones es una matriz de identidad, es decir, si todos los coeficientes de la diagonal son iguales a la unidad y los extremos a la diagonal iguales a cero.

20.2 Resultados y análisis de variables del gasto público municipal

De acuerdo con el Instituto Nacional para el Federalismo y Desarrollo Municipal (INAFED), el Índice de Planeación Estratégica y evaluación municipal (IPE) tiene como propósito “medir el grado en que las administraciones públicas municipales mexicanas han incorporado elementos de planeación estratégica y evaluación en su funcionamiento”¹⁴.

Tabla 20 Relación del Índice de Planeación Estratégica con variables socioeconómicas y de salud

Variables	Índice de Planeación Estratégica (IPE)					Total
	Básico	Frag- menta do	Incom- -pleto	Nulo	Pleno	
% de Población de 15 años o más analfabeta	10.43	14.16	14.45	15.79	9.79	14.06
% de Población de 15 años o más sin primaria completa	28.60	35.29	34.74	36.33	26.22	34.17
% Ocupantes en viviendas sin drenaje ni excusado	5.80	7.25	6.77	8.33	5.31	6.89
% Ocupantes en viviendas sin energía eléctrica	3.11	3.78	4.23	4.67	2.89	4.04
% Ocupantes en viviendas sin agua entubada	11.40	13.42	15.28	16.68	8.59	14.70
% Viviendas con algún nivel de hacinamiento	41.86	43.96	45.71	45.65	40.07	44.72
% Ocupantes en viviendas con piso de tierra	8.91	12.17	13.41	14.41	8.15	12.69
% Población ocupada con ingreso de hasta 2 salarios mínimos	53.69	63.13	63.01	65.10	47.89	61.76
% Población total con derechohabencia a servicios de salud	62.73	61.73	60.88	60.17	64.83	61.25
% Población total derechohabiente del IMSS	20.29	15.47	14.82	15.56	24.20	16.13
% Población total derechohabiente del ISSSTE	4.14	3.70	3.41	3.76	4.75	3.64
Población total derechohabiente del Seguro Popular o para una Nueva Generación	35.42	40.56	40.48	38.72	32.85	39.20
Ingreso corriente total per cápita (ICTPC) mensual. Promedio. (a pesos de agosto de 2010)	1,950. 28	1,507. 67	1,497. 43	1,465. 17	2,223. 32	1,575. 34

Fuente: Elaboración propia basada en información del INAFED, INEGI, (2010).

* Sin registro del índice (IPE).

El Cuadro N° 1 muestra la relación sobre la planeación de los municipios en la República Mexicana y el desarrollo socioeconómico y salud. Entre mayor sea el índice de planeación estratégica del municipio el porcentaje de población total con derechohabencia a servicios de salud aumenta, la población de 15 años o más analfabeta se reduce y el ingreso corriente total per cápita (ICTPC) mensual aumenta.

Los intereses de los municipios son distintos en cada uno de ellos, sin embargo, la gestión y política pública es una herramienta que puede mejorar el nivel socioeconómico dado la eficiencia y eficacia de los recursos.

Los estadísticos de las variables se observan en el cuadro N° 2. La población ocupada con ingreso de hasta 2 salarios mínimos en los municipios del País, en promedio, es del 61.76%. Por su parte el valor de la posición central es del 63.37%; la población de 15 años o más sin primaria completa es del 34.17%; la población de 15 años o más analfabeta es del 14.06%; la población total con derechohabencia a servicios de salud en los municipios del país es del 61.25%, y el Seguro Popular o para una Nueva Generación con el 39.20%.

¹⁴El índice incorpora elementos de planeación de importancia para los municipios, entre ellas se encuentran si tienen: misión, visión, objetivos y/o metas, programa estratégico u operativo, indicadores de gestión y/o resultados definidos, panel de control y seguimiento de objetivos, metas, indicadores y/o resultados, sistema de captación de quejas, sugerencias y/o reconocimientos de los trámites y/o servicios, mecanismos para medir la satisfacción de los usuarios, manual y/o estándares de calidad para la atención de trámites y/o servicios. www.inafed.gob.mx/.

Tabla 20.1 Estadísticos de las variables

Sigla	Variables	Media	Mediana	Desv. típ.	Asimetría	Curtosis
PSE	% de Población de 15 años o más analfabeta	14.06	11.86	9.68	1.18	1.54
PSP	% de Población de 15 años o más sin primaria completa	34.17	34.47	12.95	0.10	-0.31
OSD	% Ocupantes en viviendas sin drenaje ni excusado	6.89	3.46	9.31	2.95	11.51
OSE	% Ocupantes en viviendas sin energía eléctrica	4.04	2.18	6.23	4.85	32.89
OSA	% Ocupantes en viviendas sin agua entubada	14.70	7.03	17.80	1.72	2.77
VC H	% Viviendas con algún nivel de hacinamiento	44.72	43.67	12.47	0.27	-0.25
OCP	% Ocupantes en viviendas con piso de tierra	12.69	8.68	11.80	1.54	2.59
P2S	% Población ocupada con ingreso de hasta 2 salarios mínimos	61.76	63.37	19.53	-0.30	-0.82
PSS	% Población total con derechohabencia a servicios de salud	61.25	63.79	17.47	-0.84	0.74
PIM	% Población total derechohabiente del IMSS	16.13	11.33	15.36	1.28	1.24
PIS	% Población total derechohabiente del ISSSTE	3.64	2.71	3.46	2.26	8.73
PPO	% Población total derechohabiente del Seguro Popular o para una Nueva Generación	39.20	38.11	20.46	0.19	-0.74
ICT	ICTPC1 Ingreso corriente total per cápita (ICTPC) mensual. Promedio según sexo y condición étnica por municipio, México, 2010. (a pesos de agosto de 2010)	1,575.34	1,419.06	856.74	1.82	5.89

Fuente: Elaboración propia basada en información del INAFED, INEGI, (2010).

En el Cuadro N° 3 se aprecia que el 31.1% de la población de 15 años o más analfabeta tienen menores ingresos per cápita en aquellos municipios (8) con altos niveles de marginación en el IPE pleno. Por el contrario, 38 municipios se encuentran en un nivel de marginación muy baja quienes tienen en promedio los niveles más altos de ingresos.

Así mismo, se puede observar que en el País, en el año 2010 existían 1,189 municipios en un índice de planeación incompleto concentrándose en su mayoría con un IMG medio. En general, los municipios con el más alto ingreso per cápita corresponden a aquellos con un IPE pleno (a su vez se relaciona con niveles de marginación muy bajos). Además, se manifiesta que existe una relación explícita sobre el IPE, el IMG y los ingresos entre los municipios. Se esperaría que entre mayor sea el nivel de planeación estratégica de los municipios sus decisiones son más eficientes y reducen costos de transacción sobre las políticas socioeconómicas y de salud.

Tabla 20.2 Índice de Planeación Estratégica y su relación con los grados de marginación municipal y variables socioeconómicas

Índice de Planeación Estratégica (IPE)	Número de Municipios*	Índice de Marginación (IMG)	% de Población de 15 años o más analfabeta	% de Ocupantes en viviendas sin agua entubada	% de Ocupantes en viviendas con piso de tierra	% de Población ocupada con ingreso de hasta 2 salarios mínimos	% de Población total con derechohabencia a servicios de salud	Ingreso corriente total per cápita (ICTPC) mensual.
Pleno	8	Muy alto	31.1	38.7	26.1	77.9	43.4	807.0
	10	Alto	21.2	14.5	18.5	74.1	59.6	987.7
	31	Medio	10.8	7.9	9.5	57.6	64.3	1,546.1
	23	Bajo	6.6	6.3	4.6	45.5	66.3	2,137.2
	38	Muy bajo	3.3	2.7	2.7	28.2	70.3	3,451.3
Básico	23	Muy alto	27.2	37.2	24.5	81.2	54.9	814.8
	20	Alto	18.5	19.7	17.6	76.2	55.7	981.4
	84	Medio	11.5	11.6	9.3	60.3	61.7	1,517.7
	62	Bajo	5.9	5.5	4.7	45.3	65.2	2,060.5
	50	Muy bajo	3.4	3.2	2.9	31.4	67.8	3,450.3
Fragmentado	73	Muy alto	28.9	29.6	25.3	84.3	53.3	748.0
	73	Alto	19.5	19.9	19.3	76.1	58.8	1,021.8
	192	Medio	11.6	9.9	9.4	63.4	63.4	1,477.6
	80	Bajo	5.9	4.8	3.9	43.4	65.1	2,099.7
	28	Muy bajo	3.0	2.9	2.3	29.0	70.3	3,269.8
Incompleto	232	Muy alto	28.2	32.0	25.5	83.9	56.2	745.4
	211	Alto	18.6	22.6	19.0	75.7	57.5	1,000.9
	470	Medio	11.4	9.9	10.3	61.6	61.6	1,478.1
	171	Bajo	6.0	5.9	5.3	43.2	64.8	2,118.4
	105	Muy bajo	3.3	3.1	2.6	30.0	68.5	3,231.9
Nulo	94	Muy alto	28.7	34.1	25.5	83.3	55.6	759.4
	84	Alto	19.6	16.1	19.3	78.0	50.7	1,009.4
	139	Medio	12.2	12.8	11.2	64.1	63.2	1,444.9
	62	Bajo	5.8	6.7	4.4	40.7	66.6	2,314.7
	33	Muy bajo	3.4	3.4	2.8	30.5	72.2	3,124.7

Fuente: Elaboración propia basada en información del INAFED, INEGI(2010).

* En la base de datos del INAFED no está disponible el IPE para 60 municipios.

En el Cuadro N° 4, con un valor de Chi-cuadrado aproximado de 26,255.89 y un grado de significación $p = 0.000$ resulta evidente que no se trata de una matriz de identidad y se puede realizar el análisis; además, el valor del KMO corresponde a 0.704 y por tanto se puede considerar como aceptable el modelo y continuar con el análisis de componentes principales.

Tabla 20.3 Test de KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		.704
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	26,255.89
	Gl	78
	Sig.	0.000

Fuente: Método de KMO. Análisis de Componentes Principales.

En el cuadro N° 5 se observa la varianza¹⁵total explicada de los *Eigenvalues* (valores propios de cada componente) asociados a la matriz de correlaciones. En ella se recogen los porcentajes individuales y acumulados, la proporción de varianza total explicada por cada factor, tanto para la solución de extracción como para la rotada. El valor característico asociado al primer componente, es muy superior al resto, en tanto que este resume el 44.05% del total de la varianza de las variables en estudio. Los tres componentes en el modelo son capaces de explicar aproximadamente el 66.38% de la variabilidad total de la información, lo que puede interpretarse como un porcentaje aceptable.

Tabla 20.4 Varianza total explicada de los componentes

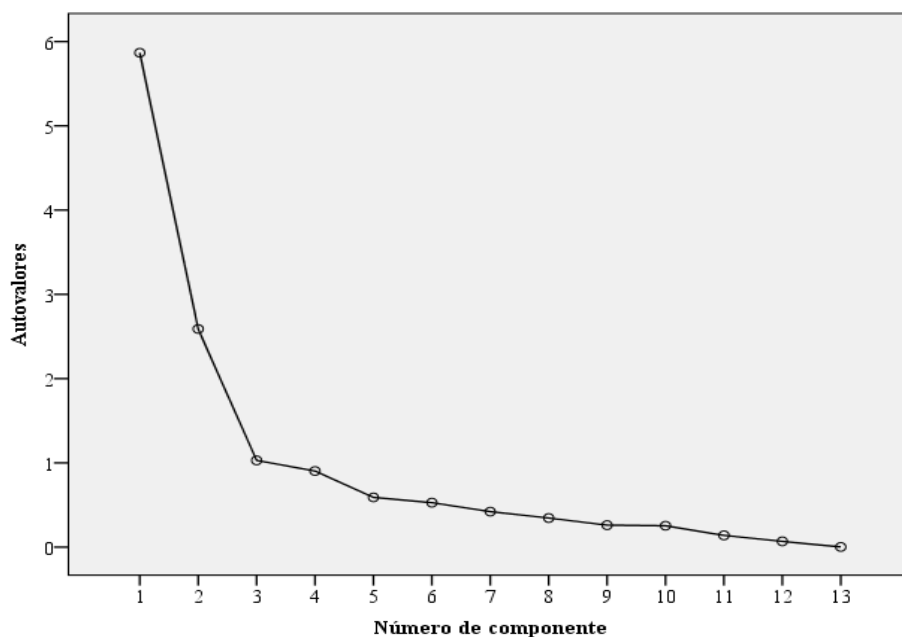
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	5.73	44.05	44.05	5.73	44.05	44.05	4.69	36.04	36.04
2	1.71	13.14	57.20	1.71	13.14	57.20	2.24	17.20	53.24
3	1.19	9.19	66.38	1.19	9.19	66.38	1.71	13.15	66.38
4	0.93	7.17	73.56						
5	0.81	6.22	79.78						
6	0.61	4.69	84.46						
7	0.58	4.48	88.95						
8	0.52	4.00	92.95						
9	0.40	3.07	96.01						
10	0.29	2.22	98.23						
11	0.15	1.17	99.40						
12	0.07	0.51	99.91						
13	0.01	0.09	100.00						

Fuente: Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

El Gráfico N° 1 muestra la figura de sedimentación que determina el número óptimo de factores ordenando de mayor a menor el tamaño de los autovalores. En este ejemplo, los factores con un eigenvalue –autovalor que expresa cantidad de varianza que ese factor explica– superior a 1 son 3 que explican una proporción importante de la varianza de la información¹⁶ (por defecto el SPSS los selecciona con el procedimiento de Gutman-Kaiser programado). Morales (2013) señala que podemos imaginar que estos tres factores indican que los trece ítems podrían reducirse a tres preguntas básicas que resumen toda la base de información de las variables en estudio.

¹⁵La varianza es la media aritmética de las desviaciones cuadráticas con respecto a la media.

¹⁶Cuando un autovalor se aproxima a cero, significa que el componente correspondiente a ese autovalor no podría explicar la diversidad de respuestas a la escala original y por ende no tendría significancia.

Gráfico 20 Sedimentación de los indicadores

Fuente: Método de extracción. Análisis de Componentes Principales.

El software de SPSS extrae por defecto aquellos factores con más varianza que la que explica un solo ítem (varianza >1). Morales (2013), señala que “se trata con este análisis de reducir la matriz de intercorrelaciones para facilitar su interpretación; si obtuviéramos todos los factores posibles, estaríamos en el punto de partida, con tantos factores como ítems”. En este análisis se ha utilizado el método de rotación ortogonal varimax (varianza máxima) donde la proporción de la varianza total explicada por los factores rotados es repartida entre los factores permitiendo valorar cuáles de ellos son más importantes.

En el cuadro N° 6 se observa que el primer componente se relaciona positivamente con el porcentaje de la población ocupada con ingreso de hasta 2 salarios mínimos, población de 15 años o más sin primaria completa, población de 15 años o más analfabeta, viviendas con algún nivel de hacinamiento, ocupantes en viviendas con piso de tierra, población total derechohabiente del Seguro Popular o para una Nueva Generación. Este primer componente podría considerarse como “Condiciones de desarrollo socioeconómico”.

A mayor analfabetismo en un municipio existen mayores niveles de población ocupada con ingreso de hasta 2 salarios mínimos; existe una relación positiva en que los municipios tengan niveles altos de dependencia de aportaciones federales y persista una población de 15 años o más sin primaria completa. Aquellos municipios con puntuaciones más altas en este primer componente, corresponden con en la mayoría con media, alta y muy alta marginación.

Por otra parte, este primer componente mantiene una correlación negativa con el nivel de Ingreso corriente total per cápita (ICTPC) mensual, la población total derechohabiente del IMSS, la población total derechohabiente del ISSSTE y en general con la población total con derechohabiencia a servicios de salud.

Tabla 20.5 Coeficiente de correlación de Pearson con la Matriz de los tres componentes (puntuaciones factoriales)

Tipología	Variable	Componente		
		CP1	CP 2	CP 3
PSE	% de Población de 15 años o más analfabeta	.741**	.414**	-.135**
		0.000	0.000	0.000
PSP	% de Población de 15 años o más sin primaria completa	.832**	.318**	-0.034
		0.000	0.000	0.088
OSD	% Ocupantes en viviendas sin drenaje ni excusado	.147**	.629**	.260**
		0.000	0.000	0.000
OSE	% Ocupantes en viviendas sin energía eléctrica	.148**	.808**	0.006
		0.000	0.000	0.759
OSA	% Ocupantes en viviendas sin agua entubada	.230**	.685**	-.143**
		0.000	0.000	0.000
VCH	% Viviendas con algún nivel de hacinamiento	.614**	.407**	-0.017
		0.000	0.000	0.402
OCP	% Ocupantes en viviendas con piso de tierra	.522**	.396**	-.292**
		0.000	0.000	0.000
P2S	% Población ocupada con ingreso de hasta 2 salarios mínimos	.859**	.247**	-0.021
		0.000	0.000	0.300
PSS	% Población total con derechohabiencia a servicios de salud	-.307**	-0.002	.865**
		0.000	0.919	0.000
PIM	% Población total derechohabiente del IMSS	-.711**	-.056**	-.155**
		0.000	0.005	0.000
PIS	% Población total derechohabiente del ISSSTE	-.614**	-0.031	0.010
		0.000	0.127	0.609
PPO	% Población total derechohabiente del Seguro Popular o para una Nueva Generación	.439**	.064**	.862**
		0.000	0.001	0.000
ICT	ICTPC1 Ingreso corriente total per cápita (ICTPC) mensual. (a pesos de agosto de 2010)	-.889**	-.235**	-0.036
		0.000	0.000	0.076

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Cuando se analiza de manera ordenada el primer componente (CP1), denominado Condiciones de desarrollo socioeconómico, se observa que los municipios con niveles muy bajos de gestión en materia socioeconómica y salud se encuentran en los estados de Oaxaca (con 248 municipios) que representa el 52% del total, Puebla (76) 16%, Chiapas (64) 13% y Veracruz (51) 11%. Estos resultados son consistentes con los reportes del Índice de Marginación del Consejo Nacional de Población (CONAPO) el cual sitúa en niveles altos a muy altos de marginación a un número importante de municipios en esas entidades.

El segundo componente (CP2) se asocia positivamente con nivel de ocupantes en viviendas sin energía eléctrica, ocupantes en viviendas sin agua entubada, ocupantes en viviendas sin drenaje ni excusado, población de 15 años o más analfabeta, viviendas con algún nivel de hacinamiento y ocupantes en viviendas con piso de tierra. Es compatible su correlación inversa con la prevalencia de población con menores ingresos corriente total per cápita (ICTPC) mensual, y con la población total derechohabiente del IMSS. Este segundo componente podría considerarse como “a menores ingresos más necesidades en las viviendas en los municipios del país”.

El tercer componente (CP3) se asocia positivamente entre la población total con derechohabiencia a servicios de salud, población total derechohabiente del Seguro Popular o para una Nueva Generación y ocupantes en viviendas sin drenaje ni excusado. Es compatible su relación negativa con los ocupantes en viviendas con piso de tierra, población total derechohabiente del IMSS, ocupantes en viviendas sin agua entubada y población de 15 años o más analfabeta.

Cuando se incrementa la población total con derechohabencia a servicios de salud se reduce la población de 15 años o más analfabeta. Este tercer componente podría considerarse como “Analfabetismo y su relación con el servicio de salud municipal”.

Para conocer el nivel de gestión sobre las variables de desarrollo socioeconómico y salud en los municipios de la República Mexicana se definió agruparlos en cinco estratos mediante la técnica de Dalenius y Hodges (1959) que minimiza la varianza de los individuos de los grupos estableciéndose grupos más homogéneos entre sí y más heterogéneos entre ellos¹⁷.

La importancia de generar indicadores radica en que los municipios deben tener herramientas que ayuden a mejorar la toma de decisiones de política social y económica aunado. Aunque, el sector salud generalmente los municipios se asocian a asuntos públicos que le competen a la federación y entidad federativa, los municipios deben coadyuvar en el mejoramiento de este sector. Para ello, los niveles se clasificarán de la siguiente manera:

- Muy Alta gestión. Municipios que muestran indicadores de desarrollo socioeconómico y de salud muy altos.
- Alta gestión. Municipios que han logrado tener altos niveles de desarrollo socioeconómico, no obstante, requerirán aumentar sus esfuerzos para mejorar su situación en el corto plazo.
- Mediana Gestión. Municipios que tienen indicadores de desarrollo social que se encuentran en un nivel intermedio. Por tanto, cuentan con las posibilidades de mejorar su situación en un mediano plazo.
- Baja Gestión. Municipios que necesitan realizar intensos esfuerzos para que incrementen su nivel de desarrollo socioeconómico.
- Muy Baja Gestión. Municipios en donde los retos en la lucha contra la pobreza son mayores, pero también las oportunidades para mejorar su gestión de los recursos. Por tanto, el Estado debe identificar sus principales carencias y potenciar sus capacidades a través de la discriminación positiva.

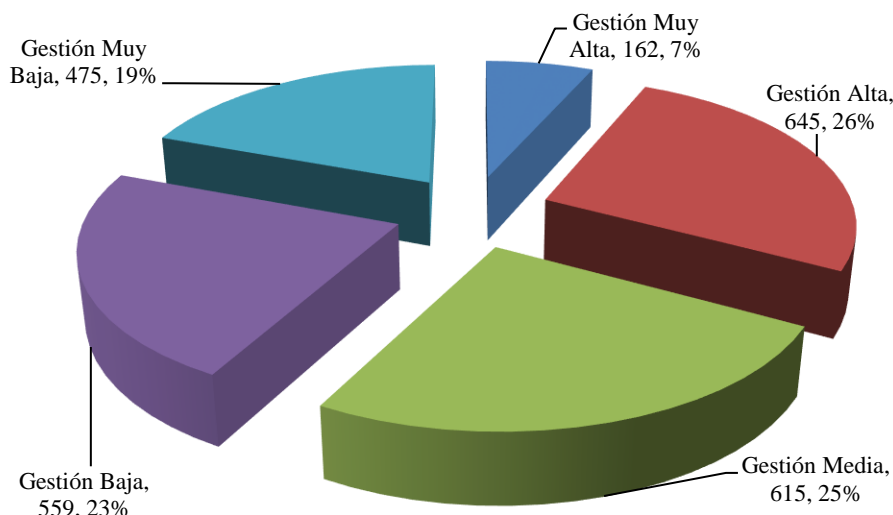
Para obtener lo anterior, se procedió a combinar linealmente el primer componente de la matriz de coeficientes, con las trece variables de la primera dimensión ya estandarizadas. Los resultados fluctuaron entre -4.25206 y 2.2051218. Posteriormente, se aplicó la estratificación óptima desarrollada por Dalenius y Hodges, que trata de segmentar un conjunto de valores para agruparlas lo más homogénea dentro de los estratos y más heterogénea entre los estratos.

¹⁷El procedimiento de la estratificación es el siguiente: “Determina el número de elementos por clase y, a continuación, calcula la raíz cuadrada para cada número determinado. A continuación sumará todas las raíces cuadradas. El cociente obtenido de la división de este total por el número de estratos da como resultado la cifra de destino del límite de estratos. Las raíces cuadradas de las clases individuales se suman sucesivamente hasta que el total iguala o excede la cifra de destino. Todas las clases, incluida la que alcanzó la cifra de destino, se combinan para formar el primer estrato. A partir de la siguiente clase, las raíces cuadradas se vuelven a sumar hasta que se alcanza la cifra de destino. De este modo, se obtiene el segundo estrato. Este proceso se repetirá hasta que se hayan generado todos los estratos. El siguiente ejemplo muestra dichos cálculos” http://help.sap.com/saphelp_erp60_sp/helpdata/en/4d/2b93f743ad11d189410000e829fbbd/frameset.htm.

¹⁸En este caso se utilizó como medida estándar 5 decimales en cada uno de los resultados de los indicadores.

Los límites de intervalos que se obtuvieron en la estratificación, corresponden a los siguientes estratos: a. $(-4.25206, -1.66919]$, b. $(-1.66919, -0.37775]$, c. $(-0.37775, 0.26797]$, d. $(0.26797, 0.91368]$, e. $(0.91368, 2.20512]$. De esta manera, cada Municipio será agrupado de acuerdo a su nivel de gestión.

Gráfico 20.1 Nivel de Gestión en desarrollo socioeconómico y de salud municipal



Fuente: Elaboración propia, en base a resultados de la estandarización de los indicadores con el primer componente.

En el Gráfico N° 2, se puede distinguir el nivel de gestión en desarrollo socioeconómico y de salud que presentan los Municipios del País. Al respecto, se puede apreciar que el Nivel de Gestión Alta contiene el mayor porcentaje con un 26% de los Municipios (645). El 65% de los gobiernos locales se sitúan entre la categoría de Gestión Baja a Muy Baja sumando ambas 1,034 Municipios. Esto, indica la necesidad de implementar políticas públicas encaminadas a mejorar su situación si es que se quiere aumentar los estándares en materia de desarrollo socioeconómico y de salud.

La heterogeneidad socioeconómica entre los Municipios, debe ser un elemento a considerar en los criterios de asignación de los fondos de aportaciones municipales del Ramo 033. A pesar de lo anterior, resulta complejo que en el corto plazo se puedan generar cambios legislativos en la Ley de Coordinación Fiscal que instrumenten mecanismos e indicadores de resultados de los recursos, ello dependería del compromiso social de los actores involucrados. Sin embargo, pueden existir otros caminos viables para la implementación del modelo de gestión, como es el caso de la creación de un Fondo Concursable para el fortalecimiento de la gestión pública de los recursos descentralizados para el desarrollo socioeconómico y de salud.

20.3 Discusión y Conclusiones

La desigualdad que existe en los municipios del País continúa siendo un tema relevante de análisis sobre el desarrollo social y de salud. Aunque, en municipios urbanos y semi urbanos se encuentran realizando acciones de políticas para elevar el desarrollo social, los resultados demuestran que las condiciones no necesariamente son distintas que en municipios rurales. El Índice de Planeación Estratégica representa un indicador relevante que se relaciona con el desarrollo de los gobiernos locales. Además, un alto nivel de dependencia de las aportaciones y participaciones federales, generalmente está asociado con un nivel mayor gasto en servicios personales en los municipios.

En este sentido, existe la necesidad de implementar políticas públicas de focalización del gasto y eficiencia del mismo. Por un lado, es muy importante que se siga invirtiendo en programas de mejoramientos de la gestión pública, y por otro lado, se debe de seguir fomentando las acciones de gobierno municipal para la capacitación y profesionalización de los servidores públicos con programas dirigidos a reducir mejorar la toma de decisiones y servicios públicos de salud.

20.4 Bibliografía

Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. (10 de Febrero de 2014). Anexo C. Metodología del Índice de Marginación, 2010. Obtenido de http://www.conapo.gob.mx/work/models/CONAPO/Resource/862/3/images/06_C_AGEB.pdf

Consejo Nacional de Población (CONAPO). (s.f.). Recuperado el 10 de Enero de 2014, de www.conapo.gob.mx

Dalenius T. and Hodges J. (1959). Minimum Variance Stratification. *Journal of the American Statistical Association*, 54(285), 88-101.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) . (s.f.). Recuperado el 15 de Enero de 2014, de www.inegi.org.mx/

Instituto Nacional para el Federalismo y Desarrollo Municipal (INAFED). (s.f.). Recuperado el 25 de Enero de 2014, de <http://www.inafed.gob.mx/es/inafed/>

Morales, P. (Septiembre de 2013). *El Análisis Factorial en la construcción e interpretación de tests, escalas y cuestionarios*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas, Facultad de Ciencias Humanas y Sociales.

Organización de las Naciones Unidas (ONU). (15 de Diciembre de 1975). Resoluciones adoptadas por la Asamblea General de las Naciones Unidas. Recuperado el 24 de Septiembre de 2013, de <http://www.un.org/spanish/documents/ga/res/30/ares30.htm>

Organización Mundial de la Salud (OMS). (Mayo de 2012). Centro de prensa: mortalidad materna. Recuperado el 24 de Septiembre de 2013, de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs348/es/>

Organización Mundial de la Salud (OMS). (2013). *Estadísticas sanitarias mundiales 2013*. Ginebra, Suiza: Organización Mundial de la Salud.

Organización Panamericana de la Salud. (2010). *Proyecto de Información y Análisis de Salud. Iniciativa Regional de Datos Básicos en Salud*. Washington D.C.

Ostrom, V. (1972). *The Intellectual Crisis in American Public Administration*. Alababa: Press.

Pla, L. (1986). *Análisis Multivariado: Método de Componentes Principales*. Washington, D.C.: Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos, Programa Regional de Desarrollo Científico y Tecnológico, 1986.

Salinas, H., Albornoz, J., Reyes, A., Erazo, M. e Ide R. (2006). *Análisis de componentes principales aplicado a variables respecto a la mujer gestante en la región de las Américas (Vol. 71)*. Santiago de Chile, Chile.

Toledo Cartes, J. (2003). El control interno de la administración: modernización de los sistemas como una emergencia. Panamá: Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo (CLAD).

Vinacua, V. (1998). Análisis estadísticos con SPSS para Windows. McGraw-Hill, Interamericana de España.

Visauta, V. (1997). Análisis estadísticos con SPSS para Windows. Interamericana de España. McGraw-Hill Madrid.

Perspectiva de género. Herramienta de análisis e investigación en psicología contra la discriminación y violencia

Alicia Moreno, Isabel Stange y Rocio Fragoso

A. Moreno, I. Stange y R. Fragoso
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. 3 Oriente4303. Col. Centro. CP 72 000.
alis_more@yahoo.com.mx.

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

The aim of this study is to show, through the results of a gender and violence research in several fields and populations, the relevance to include Gender Perspective in the Psychology carrier curriculum. Gender violence causes physical, psychological and sociocultural damages. This violence represents one of the most extremes gender inequality forms (ENDIREH, 2006; Sanz, 2007). In Mexico two of each tree women suffer physical, emotional and psychological abuses during sentimental relationship like marriage, cohabitation and courtship (ENDIREH, 2007). Some results of the qualitative research demonstrate the impact of gender identities on unequal relationships that generates violence. Children in preschool perceive housework as a punishment for both sexes and conceive "male" and "female" emotions. Besides 30% of psychology students see homosexuality as a psychological problem. Inside family therapy gender perspective changed theoretical assumptions and clinical practice. Belong to a particular gender implies a social exclusion condition and a power imbalance that can produce inequitable situation and violent behaviors. Gender perspective make a more powerful and explanatory look, hence the relevance of its inclusion in university programs.

21 Introducción

El presente trabajo se enmarca en los esfuerzos que desde distintas latitudes y áreas del conocimiento se emprenden para hacer frente en general a la discriminación y violencia y en lo particular a la violencia de género. Es reconocido que la violencia de género es un problema social y de salud pública que ocasiona daños físicos, psicológicos y sociales. La Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer, adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1993, define la violencia contra la mujer como "todo acto de violencia basado en el género que tiene como resultado posible o real un daño físico, sexual o psicológico, incluidas las amenazas, la coerción o la privación arbitraria de la libertad, ya sea que ocurra en la vida pública o en la privada". Puntualizamos que esta definición no sólo aplica para la violencia contra la mujer, sino que si un hombre es violentado por el hecho de pertenecer a ese género, estaríamos hablando de violencia de género. No obstante, una de las conclusiones más importantes que se derivaron de la Encuesta Nacional Sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares (ENDIREH, 2006) y otros estudios (Sanz, 2007) es que la violencia contra la mujer representa una de las formas más extremas de desigualdad de género. Muchos datos nos aterrizan en esta realidad, tales como que el 7% de las defunciones en la población femenina mundial y casi la mitad de las mujeres que mueren por homicidio son asesinadas por sus maridos, novios o parejas (ONU, 1993). En Latinoamérica una de cada tres mujeres ha sufrido violencia sexual, física o psicológica por hombres (Organización Panamericana de la Salud, -OPS-, 1992). En México dos de cada tres mujeres son agredidas física, emocional o psicológicamente en el transcurso de una relación estable de noviazgo, matrimonio o unión libre (ENDIREH, 2007). Es factor de riesgo para la ideación suicida. Aproximadamente 36 millones de mexicanas reportan haber sufrido algún tipo de violencia familiar por parte del padre o hermano (ENDIREH, 2006). Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) el 50% de las mujeres embarazadas en todo el mundo padece anemia; las mujeres realizan el 52% de las horas trabajadas en el mundo, sólo es pagado 1/3 de estas horas; 2/3 de 960 millones de personas que no saben leer ni escribir son mujeres y 2/3 de los mil 300 millones de personas pobres en el mundo son mujeres.

La pregunta es porqué y cómo aproximarse a atender tal situación. Todos esos datos revelan que las diferencias biológicas, culturales y económicas se han convertido en desigualdades sociales, discriminación e inequidad entre los géneros y su consecuencia la violencia. Quien nos da cuenta de lo anterior es la Perspectiva de Género.

De la misma manera que al hablar de violencia de género no es sinónimo de violencia contra la mujer, al hablar de perspectiva de género no sólo se hace referencia a las mujeres, a lo femenino y/o al feminismo, sino que es un lente que incluye a los hombres, lo masculino y las masculinidades. En este sentido, las normas de género, es decir, las expectativas sociales de las funciones y el comportamiento apropiado en hombres y en mujeres, así como la reproducción social de tales normas en las instituciones y las prácticas culturales, están directamente relacionadas con gran parte de los comportamientos de los hombres en relación con la salud, con implicaciones para su propia salud y la de sus parejas, sus familias y sus hijos, de igual manera en otras áreas: relaciones de pareja, emocionalidad, sexualidad, relaciones laborales, violencia, entre otras. En particular la violencia se convierte en uno de los requisitos indispensables para ser considerado un verdadero macho, masculino (González, 2010). Ramírez (2000) destaca dos aspectos para entender la violencia masculina hacia la pareja. Primero, dice es que el hombre se cree superior a su pareja y a la naturaleza y segundo, que al creerse superior, hace todo lo posible para imponer esta superioridad ejerciendo el control por medio de la violencia.

Desde esta perspectiva se entiende que los modelos estereotipados de feminidad y masculinidad constituyen mensajes que modelan rasgos de la personalidad, opiniones y modos de comportamiento que forman parte de la vida cotidiana (Corsi, 2006). Lamas (2002) sostiene que la dicotomía masculino-femenino con sus variantes establece estereotipos, la mayoría de las veces rígidos, que condicionan los papeles y limitan las potencialidades humanas de las personas al estimular o reprimir los comportamientos en función de lo dictado por el género. Entre otros supuestos de esta perspectiva se encuentra la idea de la superioridad de lo masculino y de los valores que se reflejan en el código patriarcal, donde se inscribe la masculinidad a través del dominio sobre la mujer. Es decir, la desvalorización de lo femenino y la sobrevaloración de lo masculino (Aumanne Iturralde, 2006).

21.1 Método

Materiales y Procedimiento

Se analizaron diversas investigaciones en el campo de género que evidencian el impacto que tienen las identidades y los estereotipos de género en las relaciones inequitativas que generan violencia. Para la presente investigación se eligieron los estudios que abarcaran diferentes temas como diversidad sexual, creencias sexistas entre universitari@s género y emociones, estereotipos, masculinidades, relaciones de pareja y la mujer en historia de las ciencias y la psicología, la teoría y praxis de la psicoterapia.

Para el análisis se consideraron las siguientes investigaciones: 1. “Una infancia sin discriminación entre géneros es un futuro de liberación de Moreno, Alvarado y Fernández (2009). 2. El estudio titulado “La percepción de niños y niñas preescolares de figuras significativas en su desarrollo socioemocional (Moreno, Alvarado y Martínez 2007) y 3. “Eñojo, miedo y culpa en la construcción de la masculinidad infantil” de Moreno, Stange y Rojas (2011).

Investigaciones cualitativas que se llevaron a cabo en una muestra de 25 preescolares (niños y niñas) de 5 a 7 años en preescolares públicos como privados. La información fue obtenida a través de un cuestionario con preguntas abiertas y palabras estímulo que exploran el concepto general de identidad de género por una parte y por otra, este concepto asociado a la percepción de distintas personas como de actividades y emociones. 4. Encuesta Sobre La Diferencia Entre Hombres y Mujeres de 6 A 60 Años (Aumann e Iturralde, 2006) realizada en Argentina que recoge información sobre la construcción de los géneros y la violencia doméstica enmarcado en el estudio del maltrato y abuso en el ámbito doméstico.

“La mala educación: representación social de la diversidad sexual en estudiantes de psicología de Puebla de Hartog, Ayón, Montes y Moreno (2011) que recoge la representación social de estudiantes de psicología sobre la homosexualidad a través de una entrevista semiestructurada. 6.”La importancia de considerar la perspectiva de género en la teoría y praxis de la psicoterapia” Moreno, Stange y Torres (2010) artículo de análisis y reflexión y 7.

“Las creencias y actitudes distorsionadas sobre la mujer en estudiantes universitarios Rosas (2012). Tesis profesional con 200 universitarios y universitarias de Psicología, Derecho e Ingeniería entre 18 a 25 años. La información se obtuvo con el instrumento Pensamientos Distorsionados sobre la Mujer y la Violencia (PDMV) que explora tres áreas: Violencia en la pareja, Aceptación de la violencia como forma adecuada para resolver problemas y Creencias distorsionadas. 8. Relaciones de pareja y lenguaje sexista en las telenovelas mexicanas: el juego del poder (Moreno, Hernández. De la Rosa y Stange, 2013) es una investigación cualitativa, exploratoria y descriptiva que analiza las telenovelas: “Amores Verdaderos”, “Corazón indomable”, “Porque el amor manda” de, “Cielo rojo” y “Emperatriz”, las 3 primeras de la cadena televisiva Televisa y las 2 últimas de TV Azteca.

Las herramientas de análisis fueron: el análisis de contenido del lenguaje y contextual que incluye, lenguaje oral - palabras, frases o diálogos- que minimizan a uno y otro género, escenarios, roles y relaciones de poder en los que se descubren los mensajes implícitos y explícitos sexistas de los diálogos y formas de relación que se establecen en las escenas y La perspectiva de género, éste último categoría de análisis, porque busca desnaturalizar las relaciones entre hombres y mujeres, así como su identidad y subjetividad por medio del lenguaje que transmite y sedimenta la ideología del “deber ser” de un varón y una mujer, esta clasificación hace que la sociedad transforme el sexo biológico en pautas de conducta

21.2 Resultados y Discusión

A continuación se presentan los resultados de los estudios revisados y analizados. Parte de los resultados del estudio en preescolares titulado “Una infancia sin discriminación entre géneros es un futuro de liberación de Moreno et al. (2009) se encuentran en la Tabla 1.

Tabla 21 Percepción de la Femenidad y la Masculinidad de Preescolares

Categorías	Género	
	Masculino	Femenino
Relación Con los pares	<ul style="list-style-type: none"> - dominio, poder y violencia - Envidiosos - groseros - Peleoneros - agresivos - Pegalones - enojones - Se defienden 	<ul style="list-style-type: none"> - control emocional - No envidiosas - no bruscas - No peleoneras - sumisión - obedientes - tranquilas - educadas - menos traviesas
Actitudes y Rasgos	<ul style="list-style-type: none"> - Actitudes socialmente negativas - Malos - traviosos - Incumplidos - latosos - Desobedientes - Actitudes socialmente positivas - Juguetones - activos - Deportistas - valientes - Tranquilos - felices - Educados 	<ul style="list-style-type: none"> - actitudes socialmente positivas - Trabajadoras - activas - Cumplidas - buenas - Compartidas - juguetonas - Actitudes socialmente negativas - latosas - lloronas - cobardes - groseras - Pegalonas a veces

Las actitudes, rasgos y características que asignan los preescolares a lo masculino y lo femenino son para las niñas: cumplidas, buenas, obedientes, trabajadoras, cobardes y lloronas; mientras que para los niños: incumplidos, malos, desobedientes, valientes, etc., estas maneras de ser y comportarse según el género son básicamente los mismos que los encontrados en estudios con niños y niñas de primaria, adolescentes y adultos. Por ejemplo Conejo García (2007) reportó que las niñas y las adolescentes percibían que las chicas están más capacitadas para vivir el orden, la puntualidad y la constancia y expresan mucho mejor sus emociones. Superan a los chicos en sentido artístico, en la capacidad para conocer a las personas y en la concentración. Y los chicos se manifiestan más impulsivos, menos ordenados y con mayores dificultades para expresar sus emociones. Superan a las chicas en la fuerza física y velocidad.

Los resultados coincidentes que se reportan en el estudio de Ortega, Rubio y Torres en el 2005 con niños y niñas de 10 años cuando se les preguntó por un calificativo para el género femenino y para el masculino son:

- Que las niñas eran: alegres, amables, tranquilas, tiernas, dulces, cariñosas, sentimentales y lloronas
- Para los niños las respuestas fueron: divertidos, juguetones, vagos, fuertes, grandes, bruscos, rebeldes, agresivos y no son llorones.

En esta misma línea de resultados, de acuerdo con Vázquez, Fernández y Ferro Muñoz y Guerreiro y Badinter (citados en Rubio, 2001):

- Las mujeres son: calladas, obedientes, pasivas, tranquilas, reflexivas, solidarias, constantes, limpias, afectivas, maduras y atentas

- Los hombres son competitivos, dirigidos a la acción, indisciplinados, agresivos, egocéntricos, fuerza física, rudeza y rebeldes.

Entre lo que podemos destacar de esta comparación, es que la construcción de los modelos de feminidad y masculinidad son rígidos y mutuamente excluyentes por una parte, y por otra, que parece ser que así descritas las identidades de género además de excluyentes son complementarias para el ejercicio de la violencia

Podemos ejemplificar la prevalencia de estas características asignadas a los géneros a lo largo del ciclo de vida. Tomamos algunas de las respuestas de la Encuesta sobre la diferencia entre hombres y mujeres de 6 a 60 años (Aumann e Iturralde, 2006) tanto para el rol masculino como el femenino y dónde podemos evidenciar las implicaciones que tienen estos modelos infantiles en sus relaciones futuras.

Rol Masculino: Activo, agresivo, violento.

- Niña 9 años: “El hombre es más fuerte que la mujer y la mujer más débil”
- Niño de 10 años: “Las chicas se portan bien y los chicos mal, porque son más brutos”
- Adolescente mujer de 12 años: “Como se cree que es más fuerte, que es más capaz, que tiene más fuerza, cree que le puede pegar a cualquiera, matar a cualquiera, total la chica no se va a poder defender porque es mujer
- Mujer 42 años: “El tipo perdió mucha autoridad cuando la mujer trabaja pero de igual forma sigue habiendo maltrato, por eso tratan de que dejen de trabajar así no tienes a donde ir”
- Mujer 61 años: “El hombre es más fuerte y la mujer es más débil físicamente”.

Rol femenino: Pasivo, doméstico, dócil.

- Niña de 10 años: “La mujer es más débil, cocina, no trabaja tanto, es la que hace todo en casa y parece la dueña”.
- Niño de 10 años: “Las chicas son más tranquilas”
- Hombre 45 años: “La diferencia fundamental entre la mujer y el hombre es la maternidad y que la mujer a diferencia del varón es la que lleva adelante la casa, cuida a los familiares, apoya al varón.
- Mujer de 74 años: “ Tienen mejor carácter las mujeres que los hombres, en general ellos son un poco más violentos, más despóticos para contestar... La mujer siempre es más suave, busca los ángulos para no herir, no molestar”

Observamos como el hombre se relacionará a partir de la fuerza, dominio, control y poder, mientras que la mujer se relacionará a partir de la sumisión y a través de la obediencia, tranquilidad, solidaridad y afecto. Es pertinente recordar algunos datos interesantes: de 120 millones de mexicanos, 88 millones viven en alguna situación en que la mujer de la casa vive violencia (INEGI, 2006), lo que el hombre ejerce un dominio para mantener el poder sometiendo a la mujer de manera violenta. Es evidente la sumisión de la mujer en tanto que en la encuesta el 42 % de las mujeres agredidas ha pedido permiso para trabajar.

El 43% de las mujeres que no sufren violencia contestó que una buena esposa debe obedecer a su pareja en todo lo que él ordene. Un alto porcentaje de mujeres sufran o no violencia permiten que la pareja golpee a los hijos. Aproximadamente 36 millones de mexicanas reportan haber sufrido algún tipo de violencia familiar por parte del padre o el hermano principalmente. El grupo más representativo de estas mujeres se encuentran entre 15 y 34 años (ENDIREH, 2006).

De investigaciones previas (Moreno et al., 2007) con preescolares los datos nos revelan en la percepción infantil de la figura materna, las labores domésticas forman parte de las características inherentes a la identidad femenina. La tendencia a la acción tan destacada en el caso del padre, contrasta con las actividades artísticas y contemplativas de la figura femenina en su rol materno.

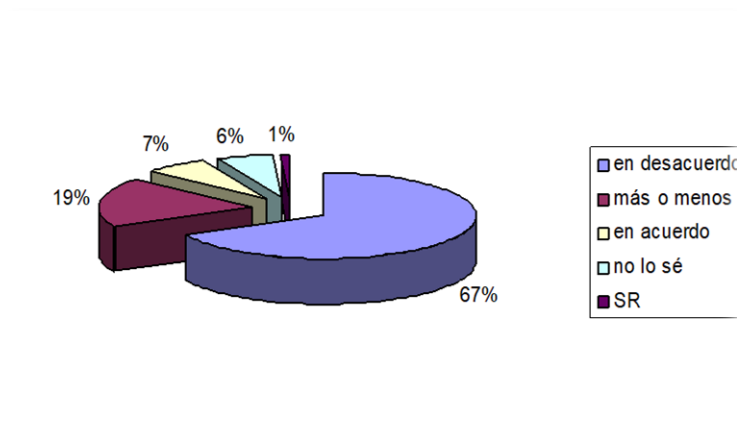
Nuestros hallazgos nos muestran también que las niñas consideran sus actividades en función de los demás (jugar cualquier cosa que no sea pelear, juegos no bruscos, obedecer, reconciliarse) el juego tiene una finalidad y un para qué (juegan bonito, juegos no bruscos, juegan muñecas, juegan a ser artistas). Respuestas que aluden al cuidado de la imagen (nos pintamos con labiales, se peinan, juegan a pintarse las uñas y juegan a ser artistas).

Al contrastar estos resultados con los de la encuesta de Aumann e Iturralde (2006) verificamos lo percibido por los preescolares: hombre 18 años: “La mujer es la que debe quedarse en la casa y el hombre debe proveer”; hombre de 34 años: “Como su madre, su novia y su futura suegra cocinan, eso es natural. Piensa que es la ley del más fuerte: lo que al hombre no le gusta hacer, lo hace alguien más débil, en este caso la mujer”. En todas las edades investigadas la mujer es la que lleva adelante la casa, cuida a los familiares, apoya al varón, es cuidadora y sostén emocional de los demás miembros de la familia.

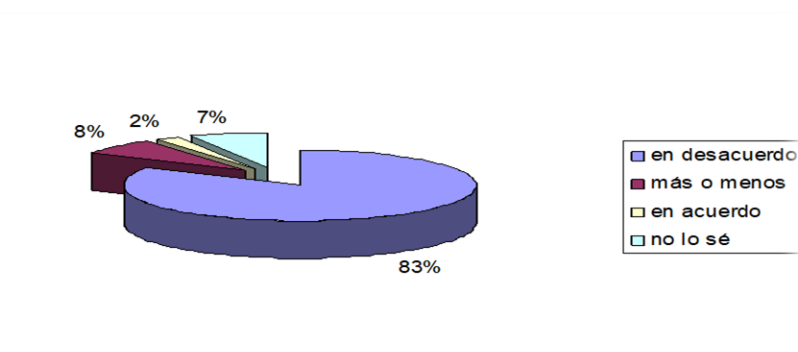
Asimismo en Moreno et al. (2009) en relación con las emociones y las identidades de género en preescolares, encontramos que en los motivos y formas de expresión de la alegría se relacionan directamente con la obtención de cosas materiales como comprar juguetes, tener regalos, etc. Mientras que para las niñas se relaciona con la esfera socio-afectiva, la expresión verbal y física de afecto (cuando las abrazan o las besan las papás, sonreír), además de experiencias sensoriales y de contemplación como ver árboles, arcoíris y flores.

Estos resultados concuerdan con las identidades y estereotipos de género convencionales encontrados tanto en los y las adolescentes como en las personas adultas. En seguida damos cuenta de una investigación llevada a cabo en estudiantes universitarios de Psicología.

En seguida se muestran algunos resultados de la investigación titulada: “La mala educación: representación social de la diversidad sexual en estudiantes de Psicología de Puebla, México” (Hartog et al. 2011). En el gráfico 1 podemos observar que 26 % de los estudiantes piensan que la homosexualidad es un problema psicológico.

Gráfico 21 La homosexualidad es un problema psicológico

En el Gráfico 2 nos muestra que aún el 10% de los estudiantes creen que la homosexualidad es una perversidad y un 7% no sabe.

Gráfico 21.1 La homosexualidad es una perversidad

Podemos ver en el Gráfico 3 como el 26% de los futuros psicólogos creen que la homosexualidad se puede prevenir mientras que el 30% de los futuros psicólogos creen que se puede curar de acuerdo al Gráfico 4. Resultados todos que no dejan de sorprender.

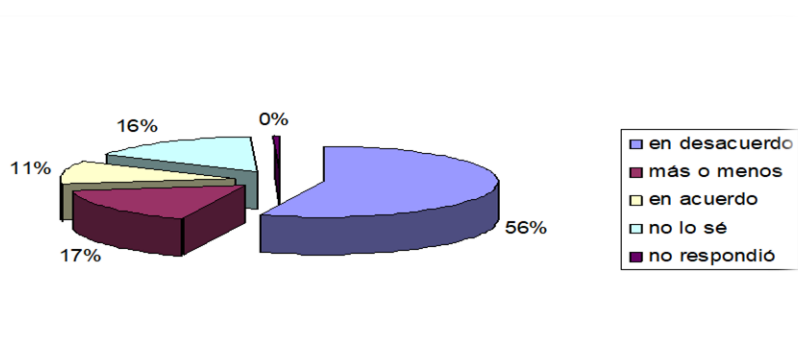
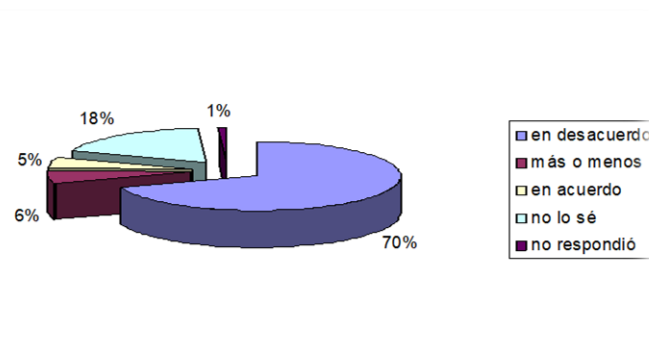
Gráfico 21.2 La homosexualidad se puede prevenir si se proporcionan modelos parentales adecuados

Gráfico 21.3 La homosexualidad se puede curar

Parte de las conclusiones de este estudio con estudiantes de psicología y la diversidad sexual es que la heterosexualidad es considerada como la normalidad y la homosexualidad como una condición especial. La heteronormatividad impera en la representación social de los futuros psicólogos consultados lo que refleja la necesidad de mejorar la formación de los futuros psicólogos en cuanto a los conceptos básicos de la diversidad sexual.

Algunos de los resultados del estudio sobre Las creencias y actitudes distorsionadas sobre la mujer en estudiantes universitarios (Rosas, 2012) muestran que los hombres presentaron mayor nivel de creencias y actitudes distorsionadas que las mujeres y que los estudiantes de Ingeniería manifiestan mayor presencia tanto de creencias distorsionadas, como de la aceptación de la violencia como forma adecuada para resolver problemas que los de psicología y derecho. De las conclusiones importantes de la investigación fue la sugerencia de que se incorporaran materias específicas que aborden la equidad de género y el rechazo a la violencia en los Planes de Estudio de las diversas Facultades y Escuelas, como lo sugiere la Ley Orgánica de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género. En la investigación sobre lenguaje sexista en las telenovelas y el juego del poder (Moreno et al, 2013) se encontró un uso excesivo de lenguaje sexista que discrimina e implícitamente propone las formas en las que ha de ser tratada una mujer y el rol que juega el hombre. En las siguientes frases, oraciones y diálogos se evidencia. En enunciados y diálogos como los siguientes:

- "Eres tan débil y tan indefensa que quisiera estar a tu lado para cuidarte y protegerte",
- "Si no veo a Octavio yo me muero",.
- "... voy a dejar todo listo para que Don Miguel se haga cargo de ti"..
- Esther: él solo me gusta—
- Lucía: pues sí pero él es solo un peón y no puede cubrir todas tus necesidades-.

Los ejemplos muestran que la mujer que debe ser cuidada, porque por sí misma no puede hacerlo, por lo tanto necesita de alguien (hombre) que lo haga por ella. A las mujeres se les presenta como: incapaces de vivir sin un hombre, dependiente e incompletas.

El hombre tiene que tener un estatus social más alto que las mujeres para poder ser un buen proveedor. Así también se encontraron generalizaciones y que en las telenovelas se hace referencia de la apropiación que tienen las mujeres ya que eso les da un estatus o cierta seguridad ante los diferentes contextos además de que ésta apropiación se hace como si ellas fueran objetos.

“pronto seré la señora de Pavía”, “soy la señora de Rentería”, “mucho gusto yo soy la señora Cristina corona de Arriaga”, “Ahora eres la mujer del señor Octavio”
 “Una mujer casada no debe de salir con otros hombres”

“- señor vengo a arreglar un asunto con usted, ya supo que su nieta se va a casar con mi hermano.... le propongo darle un dinero y llevarse a sus nietas con usted a otro pueblo-

- ...es su hermano el que se quiere casar con mi nieta- (en esta conversación fue ignorada totalmente a la mujer como si ella no tuviera voz ni voto). Otro patrón identificado en las distintas telenovelas es la forma en que las mujeres recurren para conseguir alguna cosa que quieren un ejemplo de esto son las siguientes frases:

“anda, ven a verme, por favor te necesito, que no te das cuenta de lo que significas para mí”
 “dice Maricruz que si no la va a ver se va a morir de hambre” “con todo lo que yo tengo cualquier hombre es capaz de cumplir todos mis caprichos”
 “oye puedes ir a la farmacia del pueblo por un barniz para uñas, ándale si ve, ándale si, me hincó, quieres que me hincue”.

En oraciones como las anteriores se recurre a la manipulación, a través de los tonos de voz, de la seducción o de la manipulación a través de su cuerpo. Algunos resultados del análisis que se realizó muestra a una mujer realizada, inteligente, exitosa, sin embargo se le asigna el rol de debilidad, sentimentalismo, tareas del hogar como la cocina, el cuidado de los hijos y la responsabilidad de la educación. Mientras que para los hombres papeles como el de protector, proveedor, empresario, el poderoso y con superioridad en relación con la mujer.

El estudio constata que las telenovelas van estableciendo y/o perpetuando roles y estereotipos que regulan las conductas de los televidentes a través del uso del lenguaje además de la apropiación de éstas mismas y así creando expectativas para cada sexo. Como parte de las conclusiones se puede decir que este sistema de representaciones sobre la mujer y el hombre, sobre lo femenino y lo masculino corresponde al estereotipo de tipo machista, patriarcal y tradicionalista y su complementario el la mujer sumisa, dependiente y con proyectos de vida en función del otro género, mediante este análisis se puede llegar a conclusiones que responde a un conjunto de intereses que hace que se perpetúe el dominio del hombre sobre la mujer, y no solo ello, sino también estereotipan el deber ser de una mujer y un hombre e incluso propone en continuar las normas de interacción de forma sutil y en otras ocasiones no, de esta manera se sigue haciendo la transmisión y retransmisión de los estereotipos y roles de género a través de las telenovelas. Por último, tomar conciencia y alertar sobre el lenguaje sexista y los mitos en las relaciones de pareja que se emplean en las telenovelas, es un primer paso para ir construyendo los cambios en las relaciones entre los géneros, haciendo hincapié en el uso del lenguaje, que puede ser una herramienta muy poderosa para discriminar o hacer notar lo que se nombra o no.

21.3 Conclusiones

Pertenecer a un género conlleva condiciones de exclusión y discriminación social, educativa, emocional, sexual, política, laboral entre otras que generan un desequilibrio de poder que propicia relaciones inequitativas y comportamientos violentos.

La perspectiva de género potencia la mirada analítica para captar y explicar cómo es que las sociedades construyen reglas, valores, prácticas y subjetividades referidas a las relaciones entre hombres y mujeres, de modo tal que convierte la diferencia sexual en el fundamento de la desigualdad de género.

Esta perspectiva ha revelado que los programas educativos no satisfacen las necesidades específicas diferenciadas por género y, como consecuencia, el sistema educacional reproduciría y reforzaría las desigualdades entre éstos. Es una forma de análisis utilizada para mostrar que las diferencias entre mujeres y hombres están no sólo en su determinación biológica, sino, también en las diferencias culturales asignadas a los seres humanos, las cuales han generado desigualdades de trato, acceso y oportunidades. Entre los fines de la perspectiva de género está la participación en la construcción de una nueva configuración de la historia, la sociedad, la cultura y la política, desde las mujeres y con las profesionales (Cardaci, 1998 citado en Arriaga, 2009). Esta realidad ha obligado a buscar nuevas alternativas de cambio social y a incluir la perspectiva de género en los procesos de producción científica. Esta perspectiva ayuda a comprender más profundamente tanto la vida de las mujeres como la de los hombres y las relaciones que se dan entre ellos (INMUJERES, 2007; PUEG, 2008).

Desde la perspectiva de género se ha identificado la ideología que transmiten los espacios educativos y, además, se ha logrado entender cómo se construyen los procesos que caracterizan el discurso pedagógico (Cubero, citado en Bolaños, 2005) y se ha revelado que los programas educativos no satisfacen las necesidades específicas diferenciadas por género y, como consecuencia, el sistema educacional reproducirá y reforzaría las desigualdades entre éstos.

Como plantea Dennis García de la Universidad Central del Ecuador, al referirse a los hallazgos del proyecto Educación Alternativa con visión de género (citada en Arriaga, 2009):

[...] la educación superior reproduce concepciones androcéntricas, [...] los contenidos y prácticas educativas mantienen en muchos aspectos un carácter sexista en docentes y estudiantes; que un limitado grupo de mujeres profesionales acceden a la universidad como docentes, que la universidad no orienta a las estudiantes a optar por carreras no tradicionales, consagrando la desvalorización de las carreras “femeninas”. (p.13)

Esto se debe, según Hernández, Gracia-Valcárce y Sánchez (2004) a factores externos de discriminación como el dominio del hombre en la esfera laboral y la ausencia de perfiles femeninos a imitar por las mujeres. Para Lourdes Fernández Ruiz (citada en Blazquez y Flores, 2005) se debe a que: “Los estereotipos de género que sobreviven hoy, exigen comportamientos específicos a niñas y niños lo cual también va conformando expectativas así como su identidad de género.” (p. 339). La ausencia de una política nacional con una perspectiva de género refuerza los sesgos sexistas en la educación (Olga Bustos en Blazquez y Flores, 2005). Olga Bustos en Memorias (UNAM, 2004), habla de la importancia que tiene el sexismo en la educación y comenta “sabemos que muchos maestros y maestras estamos ya muy predispuestos para lo que son buenas las niñas, para qué son buenos los niños. Esto se va arrastrando hasta el nivel universitario. Se tiene que sensibilizar a maestras y maestros en el enfoque de género para que se puedan operar cambios, empleando diferentes teorías de la psicología social. En un futuro me gustaría que este trabajo se realizara de una manera que pudiera incidir realmente en grandes grupos sociales o en diferentes grupos sociales.” (pp. 140-141).

En México se experimenta un nuevo fenómeno denominado “feminización” de la educación superior, en el que la participación de hombres y mujeres es aproximadamente igual, incluso en algunas áreas del conocimiento y distintas carreras, toman ventaja las mujeres. Existen esfuerzos por implementar políticas considerando esta perspectiva. Entre éstos podemos mencionar los siguientes: la Red de Centros y Programas de Estudios de la Mujer, Género y Feminismo de la Región Central de México, como una estrategia de docencia en la que algunos programas y centros han logrado crear sus maestrías o especializaciones con una perspectiva transversal de género.

En la UNAM, desde 1989, se cuenta con el Programa Universitario de Estudios de Género (PUEG). En Puebla se ha certificado la equidad de género (2012) convirtiéndose así en el primer estado de la República Mexicana en hacerlo. Mientras que la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP) ha desarrollado la Política de Equidad de Género, fechado para su desarrollo entre 2009 y 2013, aprobado por el Honorable Consejo Universitario el 24 de marzo de 2010 (http://cmas.siu.buap.mx/portal_pprd/wb/didesi/politicas, el 23 de febrero de 2012).

A pesar de lo mencionado, en la literatura internacional se constata que los avances en esta materia no tienen su correlato en equidad de género respecto a inserción laboral, niveles de ingreso y participación en los procesos de adopción de decisiones y de poder (UNESCO, 2006). Por lo que diversos países han asumido el desafío de formular una tercera generación de reformas dónde se sitúe la equidad de género en el centro de políticas educativas.

La educación superior tiene un doble propósito histórico: por un lado, formativo, al ser la instancia validada por la sociedad para educar a los profesionales que la liderarán en un futuro cercano, y por otro, investigativo, al ser la institución encargada de preservar y potenciar la riqueza cultural de la humanidad (Arriaga, 2009). La Psicología es una disciplina que actualmente mantiene, de manera poco reflexiva, el orden social, simbólico, moral y de género. Bonilla (2010) en su libro *Psicología y Género* advierte la necesidad de incorporar a los programas de educativos al menos una asignatura sobre la perspectiva de género.

En suma como afirma Torres (2001) la violencia se gesta en la desigualdad y se nutre del ejercicio del poder. Para erradicar la violencia, es necesario, erradicar la desigualdad de género (ONU) Estamos de acuerdo con Bonilla (2010) que es importante dejar de hablar de las diferencias entre los géneros que crean inequidad y nos ocupemos más por trabajar la igualdad y como considerar lo planteado por Cazés (1998), para avanzar en la búsqueda de la equidad – principalmente en la erradicación de la violencia doméstica y el ejercicio de los derechos reproductivos de las mujeres, es fundamental la transformación de participación de los hombres en las relaciones de género. Terminamos proponiendo que La Perspectiva de Género se hace necesaria para contribuir a la equidad entre los géneros y con ello erradicar o al menos disminuir la discriminación y la violencia.

21.4 Referencias

Arriaga, M. (2009). “Comunicación y género”. Sevilla: Arcibel Editores.

Aumann, V. e Iturralde, C. (2006). “La Construcción de los géneros y la violencia doméstica” En J. Corsi (Comp.) *Maltrato y Abuso en el ámbito doméstico. Fundamentos teóricos para el estudio de la violencia en las relaciones familiares*. Argentina: Paidós.

Blazquez, N., Flores, J.” *Ciencia, tecnología y género en Iberoamérica*”. 2005. México: UNAM.

Bolaños, C. (2005). “La calidad universitaria para una perspectiva de género”. *Revista Electrónica Actualidades Investigativas en Educación*. Vol. 5, 1-15. Universidad de Costa Rica Consultada julio 2012 en Internet: <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=44759906>

Bonilla, C.A. (2010). “Psicología y Género: la significación de las diferencias. Dossier Feministes. 129-150.. Recuperado el 30 de sep. 2012. Disponible en <http://www.raco.cat/index.php/DossiersFeministes/article/viewFile/229294/311004>.

Bustos, Olga (2007). “Testimonios”. *Memorias*. México UNAM.

Castañeda, A. y Muñoz, L. (1997). *La perspectiva de género: una herramienta para construir la equidad entre mujeres y hombres*. México, Distrito Federal: Sistema Nacional para el Desarrollo de la Familia.

Cazés, Daniel (2006). "Metodología de género en los estudios de hombres" *La Ventana. Revista de Estudios de Género*, num. 8. 1998, Universidad de Guadalajara.

Encuesta Nacional Sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares (ENDIREH). México: ENEGI. 2003, 2006, 2007.

González Pagés, J. C. (2010). "Machismo, Masculinidad y violencia" *Red Iberoamericana de Masculinidades*. Consultado en agosto de 2012. Disponible en Internet <http://www.redmasculinidades.com>

Hartog, G., Ayón, Z. y Montes, G. y Moreno, S. A. (2011). *La mala educación: representación social de la diversidad sexual en estudiantes de psicología de Puebla, México* En Antonio Marquet (Coord.) *Hegemonía y desestabilización: diez reflexiones en el campo de la cultura y la sexualidad*. México: Ediciones Eon y la fundación Arcoiris.

Hernández, A.; Gracia-Valcárce, A.; Sánchez, Ma. C. (2004). "El profesorado universitario desde una perspectiva de género". *Educación*, año/vol.28, número 002. Universidad de Costa Rica, 105-143.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (INEGI). "Encuesta Nacional de Violencia en las Relaciones de Noviazgo. 2006. México: INEGI

Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES). *Violencia de Género en las parejas mexicanas*. México. 2007. En internet. www.inmujeres.gob.mx

Moreno Salazar, A., Alvarado Herroz, V. y Martínez Méndez, D. (2007). *La Percepción de Niños y Niñas de Figuras Significativas en su desarrollo Socioemocional*. Memorias en Extenso del IV Congreso de la Región del Golfo/Centro de CNEIP. (En línea). Dirección en internet <http://congresoregiongolfocentroupaep/>

Moreno Salazar Ma. A. Alvarado Herroz, V. y Fernández S. G. (2009). "Una infancia sin discriminación entre géneros es un futuro de liberación". Memorias en Extenso del IX Congreso Internacional de Psicología Social de la Liberación. *Revista Científica Electrónica Liber-acción* (En línea). Dirección de internet www.liber-accion.org. Generado 2 de junio 2009.

Moreno S. Ma. A., Hernández, A. L. De la Rosa, S. y Stange, I. (2013). *Relaciones de pareja y lenguaje sexista en las telenovelas mexicanas: el juego del poder*. Ponencia presentada en el Congreso de la Sociedad mexicana de Psicología, Octubre de 2013. Guadalajara, Jal.

Moreno, S., Ma. A., Stange E. y Torres, P. W. (2010). *La importancia de considerar la perspectiva de género en la teoría y praxis de la psicoterapia*. *Revista Mexicana de Psicología*, Número especial, Octubre, 1257-1259.

Moreno Salazar Ma. A. Stange E. y Rojas M. A. (2011). "Enojo, miedo y culpa en la construcción de la masculinidad infantil". Ponencia presentada en el V Congreso de la Academia Mexicana de Estudios de Género de los Hombres (AMEGH) *Huellas, pasos y nuevos movimientos de las masculinidades*. Del 28 al 30 de mayo de 2011. Puebla, Pue.

Organización de las Naciones Unidas (ONU). Violencia de Género: definición Internacional. Consultado en mayo 2012. Dirección Internet: www.noalmaltrato.com/2010/12/la-violencia-de-genero

Organización Panamericana de la Salud (OPS). Primer Seminario sobre violencia contra la mujer. Recuperado julio 2012. Dirección de internet: <http://www.oas.org/cim/REMIM%2011/informes%20remimii-Parama.doc>

Ortega, M., Rubio, L. y Torres, R. (2005). Niños, niñas y perspectiva de género. Estudios sobre la familia, 4, 5-20.

Programa Universitario de Estudios de Género (PUEG). UNAM. 2008, México: SEP.

Ramírez, H. A. “Violencia Masculina en el hogar” Alternativas y soluciones”. 2000, México: Pax México.

Torres, F.M. “La Violencia en casa”. 2001. México: Paidós.

Rubio, Casado, M.A. Indagación sobre los rasgos asociados al género y los asociados a diferentes especialidades deportivas. Revista electrónica (en Línea). 2001. Consultado mayo 2011. Dirección de Internet www.nodo50.org/igualdadydiversidad.

Sanz, Mariana (2007). Los desafíos del milenio ante la igualdad de género, CEPAL UNIFEM. Santiago de Chile.. Consultado en www.cepal.org/publicaciones/xml/5/28775/compendio%20MDGGraficofinal2.pdf

Posicionamiento del Barrio del Artista en la ciudad de Puebla

Ramón Acle, Carolina Villalobos, Norma Santiesteban, María Rodríguez y María Zamora

R. Acle, C. Villalobos, N. Santiesteban, M. Rodríguez y M. Zamora
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Facultad de Administración. 4 Sur 104, Centro Histórico, 72000
Puebla
raclemx@hotmail.com

M. Ramos., V. Aguilera., (eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago,
Guanajuato, 2014.

Abstract

The research was conducted within a marketing approach. The overall objective was to determine the current position of the Artist Quarter in the city of Puebla.

The results presented correspond to the empirical research on the positioning of the Barrio del Artista, using a qualitative, exploratory and descriptive approach. For this investigation were used practically the novel concepts of marketing and positioning.

22 Introducción

El turismo es una necesidad para todas las naciones, ya que genera ingresos, genera empleos, entre otros factores que multiplicaran la economía de una nación. Esto es que, la importancia del turismo estriba en su peso económico para todas las naciones del planeta.

Por otra parte, la importancia del turismo radica en la capacidad de producir bienes económicos a través de un intercambio, en donde los bienes que se intercambian están a disposición plena del consumidor, desestimando cualquier consideración patrimonial, social, cultural, etc. Para que las ganancias económicas sean las deseadas, la población del destino turístico debe poseer un sistema turístico bien organizado, con servicios básicos, mano de obra calificada, superestructuras e infraestructuras, todo esto considerando la oferta y demanda turística (Mercado & Palmerin, 2012).

Así mismo, el turismo es fundamental para el fortalecimiento de la imagen de México tanto a nivel nacional como internacional, afirmó la Secretaria de Turismo del Gobierno Federal (SECTUR), Claudia Ruiz Massieu, quien aseguró que, sin duda, este sector es pieza clave para mejorar la percepción del país. Aseguró que México cuenta con un gran potencial en materia turística, ya que tiene ventajas comparativas respecto a otras naciones, como ubicación geográfica, potencial de conectividad, capacidad de generación de productos de calidad para distintos nichos de mercado, y vasto inventario turístico (Ruíz, 2013).

Dentro del contexto turismo-cultura y del objetivo de fortalecer a nuestro país, es importante comentar lo que el rector de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), José Narro Robles, refrendó su convicción sobre la importancia fundamental que para el desarrollo y fortaleza del país tienen la investigación, la cultura, el arte, la medicina, la historia: por eso vamos a seguir haciendo y diciendo lo que nos toca, para la construcción de un México mejor (García, 2009).

Así mismo, el Plan Estatal de Desarrollo 2011-2017 del estado de Puebla, plantea que el turismo representa generación de riqueza, de empleo y de inversión, por lo que se busca potenciar a estas comunidades entre los productos y destinos para aumentar el flujo de visitantes a la entidad (López, 2013). Dentro de las actividades principales del turismo en Puebla, se encuentran todas aquellas empresas de servicios dedicadas a promover, exponer y difundir el arte.

Es por esto, que el arte es un área del turismo que a menudo se pasa por alto en la cuestión de la oferta y demanda de este sector. Una de las razones por las que consistentemente se da este hecho es lo difícil definir el término “las artes”. En el lenguaje popular, el término usualmente significa lo que técnicamente se llama “artes plásticas”. Esa es una forma de las artes que está restringida a la pintura, escultura y otros conceptos visuales. Por supuesto, el término puede significar mucho más, desde las interpretaciones de música y danza hasta el teatro, desde la arquitectura a las lecturas de poesía todas son formas de arte (Tourism-&More, 2011).

Ea así como el arte necesita ser difundido en espacios propios en los cuales se citen o concurra la gente interesada en este fin. Para la presente investigación se define “espacio” como aquella persona física o jurídica, pública o privada, cuya actividad sea la difusión, la exhibición y promoción de obras de arte, sin ánimo de lucro, utilizando un espacio abierto al público con las autorizaciones administrativas necesarias. A título enumerativo y no limitativo, se entiende por “espacio”: los museos, centros de arte, fundaciones, salas de exposiciones, espacios independientes, festivales, bienales, etc. La relación entre un artista y un espacio puede definirse como aquella por la que el artista cede al espacio el derecho de comunicación pública de una obra preexistente o de una obra de nueva producción específica para el espacio, percibiendo el artista, como contraprestación, una retribución, a determinar contractualmente (AVVAC, 2009).

Tal es el caso para la presente investigación “El Barrio del Artista” como un espacio de difusión del arte fundado en el año de 1941 por José y Ángel Márquez Figueroa. Por décadas la Unión de Artes Plásticas ha promovido la expresión de nuestras tradiciones dando oportunidad de un espacio a escuelas de bailes folklóricos y teatrales, organizando festivales en la plazuela y diversas festividades de carácter popular (la quema de Judas, el rosario de la Virgen de Dolores, las ofrendas de Todos Santos, la edición anual de las satíricas “calaveras de mi barrio”, el festejar posadas y pastorelas en la época navideña y el arraigado jueves de Corpus Christi festividad profano religiosa de nuestra cultura y la galería José Luis Rodríguez Alconedo, foro donde se muestra la actualidad de la música, la poesía y todo tipo de inquietudes culturales a diferentes niveles, contando con exposiciones individuales, colectivas, y de invitados de todo nuestro estado y del interior del país.

El Barrio del Artista ha sido fuente e inspiración de músicos y poetas que amparados por el ambiente bohemio del lugar han expresado su poesía y su música a través de diferentes épocas de la agrupación. Las visitas y convivencias de personajes de la talla de Diego Rivera y su esposa la señora Frida Kahlo, las amenas reuniones (para enjuagarse la boca) con el maestro Fernando Murillo (Doctor Atl.), la presencia del Maestro David A. Siqueiros, del gran pintor Francisco Cornejo y de tantos otros intelectuales y estrellas del cine nacional que apoyaron el sueño del Barrio del Artista que es y seguirá siendo un rincón en el Arte, aunque en los últimos años este espacio ha sufrido de un decrecimiento en cuanto al número de vistas y derrama económico por parte de los turistas locales y nacionales que prefieren asistir a otro tipo de lugares durante su corta estancia en Puebla.

22.1 Revisión de la literatura

Para presentar la revisión de la literatura se describirán a través de apartados, los siguientes conceptos: Mercadotecnia, posicionamiento, arte y el Barrio del Artista.

22.2 Mercadotecnia

Para el presente siglo, la mercadotecnia es considerada como una herramienta indispensable para toda empresa que desee reconocer necesidades, deseos, innovar, distribuir, fijar precios y promocionar bienes y servicios, asegurando así su permanencia en el mercado.

Los objetivos fundamentales de casi todas las empresas son: sobrevivir, obtener utilidades y crecer. La mercadotecnia contribuye de forma directa al logro de estos objetivos e incluye las siguientes actividades que son vitales para las organizaciones de negocios: evaluar los deseos y satisfacciones de los clientes actuales y potenciales, diseñar y manejar ofertas de productos, determinar precios y políticas de fijación de precios, desarrollar estrategias de distribución y comunicarse con clientes actuales y potenciales.

La mercadotecnia ofrece grandes oportunidades profesionales en áreas como ventas profesionales, investigación de mercados, publicidad, compras minoristas, gerencia de la distribución, gerencia de productos, desarrollo de productos y ventas mayoristas. También existen oportunidades profesionales en diversas organizaciones que no son de negocios, como hospitales, museos universidades y diversos organismos de servicio social (Lamb, 2011).

Las actividades de mercadotecnia contribuyen en forma directa a la venta de los productos en una organización, además de crear oportunidades para realizar innovaciones en ellos. Esto permite satisfacer de manera más completa las cambiantes necesidades de los consumidores y proporciona mayores utilidades a la empresa, lo que ayuda no sólo a la supervivencia de los negocios particulares, sino también al bienestar de la economía en general. En este momento, la mercadotecnia está en plena evolución; es una corriente nueva que ha ayudado a las organizaciones a sobrevivir en el mercado (Fischer & Espejo, 2007).

Por último cabe destacar que la mercadotecnia estimula la investigación y las nuevas ideas, lo cual da por resultado nuevos bienes y servicios. Da a los clientes la posibilidad de elegir entre varios productos (Mc carthy, 2000).

Es así como la mercadotecnia se define de manera general “como un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos y los grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando e intercambiando valor con otros” (Kotler & Armstrong, 1996). De la definición anterior se puede mencionar que dentro de la función de la mercadotecnia está implícita la administración de la mezcla de mercadotecnia, que comprende el conjunto de variables controlables. identificadas quizá a través del modelo mundialmente mas difundido y aceptado en las escuelas de negocios llamadas “las cuatro P’s” (producto, precio, plaza y promoción).

Este término se refiere a un diseño y combinación integral de las 4 variables antes mencionadas para producir intercambios mutuamente satisfactorios con un mercado meta y lograr un éxito competitivo(Lamb, 2011).

A continuación se describen a manera de resumen las cuatro variables controlables conocidas como las “cuatro P’s”:

Producto

El producto incluye no sólo la unidad física, sino también su empaque, garantía, servicio posventa, nombre de la marca, imagen de la empresa, valor y muchos otros factores (Lamb, 2011). Este aspecto se refiere al diseño del producto que satisfará las necesidades del grupo para el que fue creado. También es muy importante darle al producto un nombre adecuado y un envase que, aparte de protegerlo, lo diferencie de los demás (Fischer & Espejo, 2007).

Precio

El precio es lo que el comprador debe dar para obtener un producto. A menudo es el más flexible de los cuatro elementos de la mezcla de mercadotecnia y el que puede cambiar con mayor rapidez. El precio es una importante arma competitiva para la organización, porque el precio multiplicado por el número de unidades vendidas es igual a los ingresos totales de la empresa (Lamb, 2011). El producto requiere de un precio que sea justo para las necesidades tanto de la organización como del mercado (Fischer & Espejo, 2007).

Plaza

Las estrategias de plaza, o distribución, se ocupan de colocar los productos a la disposición del cliente en el momento y el lugar donde los quiere. Una parte de esta estrategia es la distribución física, que abarca todas las actividades de negocios que se ocupan de almacenar y transportar la materia prima o los productos terminados. La meta es asegurarse de que los productos lleguen en condiciones de uso a los lugares asignados siempre que se necesiten (Lamb, 2011). Es necesario establecer las bases para que el producto pueda llegar del fabricante al consumidor; estos intercambios se dan entre mayoristas y detallistas. Es importante el manejo de materiales, transporte y almacenaje, con el fin de proporcionar el producto óptimo al mejor precio, en el mejor lugar y al mejor tiempo (Fischer & Espejo, 2007).

Promoción

La promoción incluye publicidad, relaciones públicas, promoción de ventas y venta personal. El rol de la promoción en la mezcla de mercadotecnia es lograr intercambios mutuamente satisfactorios con los mercados meta informando, educando, convenciendo y recordándoles los beneficios de una organización o producto (Lamb, 2011).

Esta función consiste en dar a conocer el producto al consumidor, y persuadirlo para que adquiera productos que satisfagan sus necesidades. No sólo se promocionan los productos a través de los medios masivos de comunicación, sino también mediante folletos, regalos, muestras, etc. Para alcanzar los objetivos, es necesario, combinar estrategias de promoción, como las relativas a las ventas, la publicidad, las relaciones publicas, etcétera (Fischer & Espejo, 2007).

A manera de conclusión se puede decir que la mercadotecnia es una disciplina que esta presente hoy en día en todo tipo de empresas y que debido a su importancia, se ha vuelto una práctica cotidiana utilizando sus estrategias en uso de la mezcla de mercadotecnia para poder ser mas competitivas en el mercado.

Posicionamiento

El posicionamiento es una estrategia que permite actualmente a las empresas distinguirse de la competencia a través de ciertas características o atributos, logrando así ocupar los primeros sitios en las mentes de los consumidores, obteniendo una mayor competitividad y utilidad en el mercado. Las mercancías, servicios, compañías, instituciones e incluso personas son sujetas a ser posicionadas en la mente de los clientes.

Este término creado en la década de los setenta se refiere a un sistema organizado que permite encontrar ventanas en la mente, dichos sistema se basa en la idea de que la comunicación sólo puede tener lugar en el momento preciso y en las circunstancias apropiadas (Trout & Rivkin, 1996). Consiste en lograr que un producto ocupe un lugar claro, distintivo y deseable, en relación con los productos de la competencia, en la mente de los consumidores meta. Los consumidores definen un producto a partir de sus atributos importantes; es decir, el lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes en relación con los productos de la competencia.

Por lo tanto una “posición” es la manera en que los clientes actuales y posibles ven un producto, marca u organización en relación con la competencia.

Así mismo es el uso que hace una empresa de todos los elementos de que dispone para crear y mantener en la mente del mercado meta una imagen particular en relación con los productos de la competencia (Stanton, Etzel, & Walker, 2003). Posicionarse consiste simplemente en concentrarse en una idea, o incluso en una palabra, que defina a la compañía en las mentes de los consumidores. Una fuerte identificación de marca representa una enorme ventaja para una compañía.

Los consumidores están saturados con información sobre los productos y los servicios. No pueden reevaluar los productos cada vez que toman la decisión de compra. Para simplificar la decisión de compra, los consumidores organizan los productos en categorías; es decir, “posicionan” los productos, los servicios y las empresas dentro de un lugar en su mente. La posición de un producto depende de la compleja serie de percepciones, impresiones y sentimientos que tienen los consumidores en cuanto al producto y en comparación con los productos de la competencia (Kotler & Armstrong, 1996).

Se pueden distinguir los siguientes tipos o bases de posicionamiento propuestos por Lamb, Hair y Mc Daniel y que sirvieron como modelo de referencia para determinar las variables independientes en la presente investigación: (Lamb, Hair, & Mc Daniel, 2008).

- Posicionamiento por atributo.- Es cuando un producto se asocia con un atributo, característica del producto, o beneficio para el consumidor.
- Posicionamiento por precio y calidad.- Esta base de posicionamiento quizá haga hincapié en el precio alto como señal de calidad o destaque el precio bajo como advertencia de valor.
- Posicionamiento por uso o aplicación.- Resaltar usos o aplicaciones puede ser un medio efectivo para posicionar un producto con los compradores.
- Posicionamiento por usuario del producto.- Esta base de posicionamiento se dirige a un tipo o personalidad de usuario.
- Posicionamiento por clase de producto.- En este caso, el objetivo consiste en colocar el producto en asociación con una categoría particular de productos.
- Posicionamiento por competidor.- El posicionamiento contra los competidores es parte de cualquier estrategia de este tipo.
- Posicionamiento por emoción.- El posicionamiento que usa la emoción se enfoca en cómo el producto hace sentir a los clientes. Varias compañías usan este enfoque.

Es necesario que las empresas tengan muy presente la importancia de estar posicionadas en el mercado y el peligro de perder posición ante la competencia, que en los presentes tiempos de globalización es muy fuerte y que sería necesario el tomar la estrategia de reposicionamiento. Las cuatro razones principales que pueden originar la pérdida de posición son:

- El rápido ritmo de los cambios tecnológicos
- El rápido e impredecible cambio en las actitudes de los consumidores
- El incremento de la competencia en la economía global
- El incremento de la competencia entre los ejecutivos creativos de las compañías estadounidenses (que se están volviendo muy buenos en estas lides competitivas).

En el mercado hostil de hoy, es fundamental no solo mantenerse actualizado respecto a su propia compañía, sino también conocer a fondo a sus competidores. Hay momentos en que usted debe cambiar su producto. Lo que se debe hacer es buscar una versión nueva y mejorada que le permita sobresalir de entre su competencia. Independientemente de que una marca se encuentre bien posicionada en un mercado, la empresa tendrá que reposicionarla más adelante. Un competidor podría lanzar una marca, posicionándola junto a la marca de la empresa y quitándole parte del mercado. Cuando se vuelve a posicionar una marca quizás haya que cambiar el producto y su imagen (Kotler & Armstrong, 1996).

El posicionamiento se ha convertido en el elemento más importante para la gente dedicada a la publicidad y a la mercadotecnia, en todo el mundo. Es el concepto que ha revolucionado la comunicación publicitaria y la mercadotecnia. En nuestra sociedad sobre comunicada, el nombre del juego es posicionamiento. Es la estrategia competitiva que persigue “la excelencia y el éxito”; la que ayuda a determinar lo que se quiere hacer y cómo lograrlo exitosamente (Gambini, 2010).

A manera de conclusión el posicionamiento es un término actual que surge en la década de los años 70's y habla sobre cómo puede un producto o un servicio entrar y quedarse en la mente de los consumidores. Es necesario comentar que la mercadotecnia y su relación directa con el posicionamiento, son herramientas competitivas indispensables para las empresas, ya que proporcionan distintas estrategias para lograr que un negocio tenga beneficios comerciales y económicos, así como para que los clientes se encuentren satisfechos con los productos o servicios que les ofrecen las empresas y al mismo tiempo lograr que se posicione en la mente de los consumidores para potencializar estas ventajas.

Arte

El arte es una tentativa por crear formas inteligentes y gratas. Tales formas satisfacen nuestro sentido de lo bello cuando permiten apreciar la armonía o unidad de las relaciones morfo cromáticas en nuestras percepciones sensoriales (Cabrera, 1986). El hombre es un hacedor de imágenes. Desde las pinturas sobre las paredes de las cavernas del hombre paleolítico, el acervo de las artes visuales ha venido incrementándose hasta nuestros días, y aunque la motivación de tales imágenes parece cambiar de una era a otra, existen testimonios suficientes para afirmar la necesidad que sienten los hombres de transformar sus experiencias en símbolos visuales (Knobler, 1970).

Dentro de el presente contexto el arte, todo el arte del mundo, comienza con la primera piedra tallada por el cazador paleolítico, con los primeros actos del hombre para someterse a sí mismo a la prueba de la materia y experimentarla en su riqueza. La pintura prehistórica tiene, sin duda, una larga historia que se extiende a lo largo de los milenios que precedieron a la aparición del arte rupestre europeo, cuya extensión no sobrepasa algunas decenas de millares de años. Este arte pictórico se debió a un hombre afín a nosotros, el “homo sapiens”. En general, se cree que la pintura rupestre prehistórica empezó siendo un arte naturalista, derivado de un realismo visual que, posteriormente, evolucionó hacia un arte cada vez más esquemático y simbólico. Históricamente el arte ha sido una actividad productiva común al hombre. Actividad que participa del mundo del trabajo, es decir, de los modos de producción, y que completa su ciclo económico a través de los medios de distribución y consumo.

Es así como después de evolucionar esta práctica se puede definir al arte como el conjunto de reglas para hacer algo bien; hablando en un sentido general el arte es toda actividad humana que, basándose en ciertos conocimientos, los aplica el artista para alcanzar un fin bello. Este vocablo, entendido en una forma más restringida, implica a las artes plásticas y gráficas como son la arquitectura, la escultura y la pintura (Lozano, 1979).

Etimológicamente el término arte viene del latín *Ars, artis*, que traduce el *Técne* de los griegos y tiene el significado de técnica adquirida, de habilidad o maestría para hacer algo. En un sentido muy estricto en el presente, en el mundo occidental, arte se refiere a las llamadas Bellas Artes y se aplica indistintamente a todos los objetos arquitectónicos, escultóricos y pictóricos que haya producido el hombre a lo largo de su historia.

En cuanto a representación, el arte es un lenguaje de imágenes encaminado a expresar la realidad social, sus contradicciones y las propias del artista, con la doble posibilidad de encubrirlo o revelarlo. El contenido de la obra de arte, en su aspecto ideológico, hace referencia a intenciones religiosas, políticas, educativas, etcétera; o sea que cumple una serie de funciones al servicio de los intereses del grupo dominante. Sin embargo, el arte no es un reflejo mecánico de esos intereses; además, sus contenidos no son estáticos pues se modifican por la acción del tiempo y la intervención del observador.

Como expresión imaginativa y creadora, el arte conjuga aspectos conscientes e inconscientes: puede resultar una vía de conocimiento y, en este aspecto, trascender sus propias limitaciones y los condicionamientos que le impone su momento histórico. Como vínculo entre productor y consumidor, el arte es un vehículo de participación, de comunicación, que permite enriquecer la experiencia perceptiva y emocional del espectador (Reyes, 1982).

El arte humaniza al hombre y completa su ser. El arte libera al hombre de las tinieblas, rompe su soledad y le permite comunicarse con sus semejantes, ya que la actividad artística no se aplica solamente a conocer el universo, sino también a transformarlo. El arte es un acto social; es la acción del hombre sobre la naturaleza y sobre los hombres. En todas las épocas, en el seno de cualquier civilización, el arte construye al hombre, expresa un momento determinado de su práctica de lo real, esa interrogación por medio de la cual la humanidad se plantea los problemas que la experiencia y el conocimiento no pueden resolver todavía (Moulin, 1968). El arte ha sido siempre el refugio de la vida sensible del hombre de cualquier época, ha sido la salvaguardia del alma, pues es capaz de transmitir toda una experiencia humana, todo un mundo a través de su lenguaje de imágenes, a partir de las cuales puede decirnos sobre sus dioses, sus semejantes, sobre su entorno y sobre sí mismo algo que por rebasar las evidencias sensoriales o racionales no podría ser explicitado de ningún otro modo. El arte relata al hombre y a través del hombre a su universo, entretejiendo lo natural con lo sobrenatural, lo real con lo imaginario, lo visible con lo invisible, lo pasado con lo futuro, lo efímero y fugaz con lo eterno a partir de un lenguaje universal (Sigal & et.al, 1997).

En sentido estricto, aplicable al caso presente de investigación, arte es el oficio de la plástica: pintura, escultura y, por derivación de esta última, cerámica cuya intensión artística redime su obra de la trivialidad de un objetivo funcional, elevándola al rango de lo bello. Los tratadistas incluyen la arquitectura, creadora de espacios, entre las bellas artes, y la literatura y la música, artes por excelencia, cuyos medios de ejecución son más afines a la inmaterialidad de las facultades artísticas de que proceden: la fantasía y el sentimiento (Cabrera, 1986).

A manera de conclusión y para efectos de aplicación en la presente investigación, el arte es una actividad humana en la que se expresa el mundo como lo ven los artistas. En este sentido el arte se refiere a las Bellas Artes dentro de las cuales las artes plásticas y gráficas que son la arquitectura, la escultura y la pintura han dejado su huella desde los inicios de la humanidad.

Barrio del Artista

El Barrio del artista se encuentra ubicado, desde su fundación hasta la actualidad, en la calle 8 norte entre 4 y 6 oriente de la ciudad de Puebla, México. Dicha calle, en el siglo XVII, se llamó calle de Tornos, donde existieron al oriente de esta cuadra, entre la acequia¹⁹ y el río, los Rastros de Carnero. Tal vez se establecieron estos rastros en 1621, cuando destinaron dos cuadras de tierra para los mataderos, en substitución del Rastro del Carnero que antes de 1599 estaba en las calles de la Calavera y de la Libertad. También fue llamada Calle Guzmán por la casa que en 1773, poseía Ana de Cañas mujer de José Guzmán. Otra denominación de la cuadra fue Calle de Ortiz.

Después de haber desaparecido los Rastros del Carnero, quedó el terreno al oriente de esta cuadra sin edificios. Más tarde se levantó a la orilla del río el Jacalón de la Pulquería de la Madre.

En 1800 se discutió el proyecto de establecer un mercado en este sitio. Pero el proyecto no se realizó y es así como en 1827 hablan de la posibilidad de designar la plazuela, que hay en las inmediaciones del Parián por su lado Oriente, al comercio de prendas de ropa usada. En 1827 se ideó utilizar esa plazuelita para el comercio de ropa usada, construyéndose el Parián Chico.

Así mismo también fue llamada Plazuela del Factor²⁰. Éste nombre, lo mismo que el de Parián, se ha traído de México, pues en esa ciudad el sitio hoy ocupado por la Cámara de Diputados, formaba antes una plazuela, en la que desde 1793 se instaló un baratillo, llamados ambos del Factor, por haber tenido su casa en una de la plazuela el Factor Gonzalo de Salazar.

Las denominaciones de Factor y Tornos se empleaban indiferentemente. Las tienditas, antes cajones, se citan como “Accesorias de la Plazuela del Factor” en 1868, pero en el mismo año se designan por “Las casillas del Factor” las tiendas en la acera poniente en la calle de los tornos; “Piezas del Factor y plazuela de los Tornos”. En el padrón de 1832 la cuadra (8 norte 400) se denomina el Parián de los Tornos, y en el padrón de 1835 escriben que “el Parián de los Tornos son 18 cajones que ha mandado a fabricar nuevamente el Excelentísimo Ayuntamiento, cerrando con esta fábrica la bajada al río de San Francisco (en la Av. 6 oriente) y pulquería que llaman de la Madre”. Estos 18 cajones, números. 28-45, son las piezas que, marcadas, aún hoy con los mismos números, se hallan en la rinconada de la Plazuela del Factor. En la acera poniente, el padrón cita otros 27 cajones, que también subsisten con su numeración antigua, y llaman la atención por sus pintorescos tejadillo.

Para distinguir este nuevo Parián del antiguo, situado más al sur, se decía también Parián Chico. En 1854, por ejemplo, se habla de la “Isleta del Parián Chico”, y una Calle del Parián Chico, probablemente esta calle 8 norte 400, aparece en el directorio de la guía de 1852. En el plano de la guía y en el presupuesto de 1855 llaman al nuevo Parián: Baratillo, al otro: Parián.

El nombre de Parián de los Tornos parece referirse a los Tornos de hilar que, durante los siglos pasados, hacían un papel importante en la industria de esta ciudad. En 1746 escribe Villasánchez: “El algodón... viene de la costa del sur y jurisdicciones de Teutila, Cozamalhuapam, Tixtla y otras, sirve al comercio en greña (natural, no trabajado), a los encomenderos que los reciben, a los muchos tenderos que lo menudean, y de aquí pasa a las manos de la gente más miserable.

¹⁹Acequia se refiere a una zanja o canal pequeño por donde se conduce el agua para regar (Larousse, 2010).

²⁰ Lo que es un factor, nos enseña un documento poblano que dice: “Francisco Antonio de Zamacona, Factor Administrador de la Real renta de tabaco, pólvora y naipes,... dicho factor se obliga a administrar con toda pureza el ramo de papel sellado que se expende en la factoría de su cargo” (Leicht, 1980).

Es la última apelación de la pobreza el hilado de algodón; es el mezquino socorredor, especialmente de pobres doncellas y viudas que, puestas de sol a sol a la rueda de un torno, que es el de su corta fortuna, en aquel diurno trabajo logran escasamente el estipendio, más para enfermar que para matar el hambre; Es el signo evidente, es la demostración palpable de la mucha pobreza que hay en la Puebla. No se pasa por calle alguna donde no se oiga el repique general de los bastones y cañas con que azotan el algodón. De estas miserables manos pasa a las de los tejedores...”.

La cuadra se denomina Calle de los Tornos en 1869, en los planos de Carreaga (1856-1883), de Soto (1915). El croquis Azul Nieto y Camarillo. También llevan el nombre de Calle del Factor, al igual que la plazuela situada al norte de ella. En 1854, por ejemplo, escriben que (el Parián Grande) linda al oriente con la calle de la Acequia (Calle 8 norte 200), siguiendo a la del Factor”; En el mismo año: “Calle de la Pulquería de la Madre, da vuelta al Factor”; En 1856: “Calle del Factor”; en 1860: “Calle o Plazuela del Factor”; En 1871: “Calle de los Tornos o Factor”. En los planos de Ponce (1856) y de 1908 el sitio está marcado solo como Factor. “El Baratillo o Factor” dicen en la lista de 1850 (Leicht, 1980).

Con el correr de los años, El Parián se convirtió en un antro de inmundicias, hasta la década de los años cuarenta en que a iniciativa, empeño y no pocos sinsabores el entonces joven artista, Desiderio Hernández Xochitiotzin, logró del Honorable Ayuntamiento, cedieran esos locales para crear en ellos “el Barrio del Artista”. Después de luchar varios años, en las accesorias que dan hacia el norte del Parián, se instalaron los estudios de los pintores, perfectamente acondicionados y restaurados, devolviéndoles su estado primitivo. Fue él, el fundador de la Unión de Artes Plásticas AC(UAPAC) como actualmente se le conoce.

Desde ese entonces se empezó a dignificar esta zona, utilizando el patio para comercios de artesanías y curiosidades poblanas. Hoy en día, la UAPAC ó Barrio del Artista ocupa algunas instalaciones más en la plazuela del Torno o del Factor, siendo uno de los lugares más hermosos de la ciudad, teniendo al frente, el añoso edificio del Teatro Principal (Deana, 1986).

El Barrio del Artista ha sido venero e inspiración de músicos y poetas que amparados por el ambiente bohemio del lugar han expresado su poesía y su música a través de diferentes épocas de la agrupación. Los laureados José Recek S., Fray Jerónimo Verduzco, Don Gregorio Degante, Salvador Fidel Ibarra, Delfino S. Moreno, Ernesto M. Machuca, que dejaron escuchar y compusieron algunos de sus poemas en este Barrio. Por otra parte Don Francisco Reina Reguera Director de la Orquesta Sinfónica de Puebla en aquel entonces, dando conciertos en este lugar, y tantos más identificados con el espíritu del Barrio del Artista.

Las visitas y convivencias de personajes de la talla de Diego Rivera y su esposa la señora Frida Kahlo, las amenas reuniones con el maestro Fernando Murillo (Doctor Atl.), la presencia del maestro David A. Siqueiros, del gran pintor Francisco Cornejo y de tantos otros intelectuales y estrellas del cine nacional que apoyaron el sueño del Barrio del Artista que es y seguirá siendo un rincón en el arte (Gómez & Lara, 2013).

Actualmente el Barrio del Artista es un lugar representativo de la tradición pobлана, su arquitectura colonial, su fuente Juanina y su bella plazuela de laja de cantera, evocan un ambiente agradable, bohemio y tranquilo, donde se respira un aire de arte, cultura y esparcimiento. Lugar que es visitado diariamente por el turismo nacional y extranjero, donde se promueve no sólo el arte plástico, sino también varias manifestaciones artísticas como la danza, el teatro, la música, la literatura, etc.... donde el visitante puede tener contacto directo con el artista, conocer algo más allá del sentir común de la vida, y del mundo, al internarse en el maravilloso mundo mágico del color y de la forma; de lo real y de lo imaginario; de lo tradicional y lo vanguardista.

Sitio único, orgullo de Puebla y de los poblanos, fuente de inspiración, semillero de grandes artistas, cuyo objetivo principal es rescatar y perpetuar las costumbres y tradiciones de nuestro pueblo que le dan a México ese sello personal que trasciende frontera (Gómez & Lara, 2013). Este es un lugar de embrujo, los que vienen ya no se quieren ir, el arte siempre tiene esa cualidad es por eso que el Barrio del Artista es un lugar esencial para visitar, nadie se puede ir sin visitarlo, se va a llevar la mejor imagen cultural de la ciudad (Leonor, 2013). Este es el Barrio del Artista, barrio bohemio tradición del arte y la cultura en nuestra Puebla histórica y colonial.

A manera de conclusión se puede decir que el Barrio del Artista es un lugar que no sólo cuenta con una gran herencia cultural y artística sino también histórica que debe ser reconocida por todas las personas que visiten la ciudad de Puebla, sean locales o foráneos, ya que es un sitio único en México y el mundo, pero que poco a poco lamentablemente ha ido perdiendo posición o preferencia ante otros tipos de sitios donde concurren con mucha frecuencia los turistas locales y nacionales.

22.4 Diseño de la investigación

La investigación trata sobre el posicionamiento del Barrio del Artista en la ciudad de Puebla.

La problemática principal de la presente investigación radica en que existen muy pocos estudios teóricos y de campo que reflejen la posición actual del Barrio del Artista como sitio turístico cultural. Esta problemática lleva a plantearse las siguientes preguntas de investigación. ¿Es aún el barrio del artista un sitio de preferencia cultural visitado por los turistas? Por lo que ¿qué es necesario para resolver esta problemática? La respuesta está en determinar el posicionamiento del Barrio del Artista en la ciudad de Puebla.

La investigación se justifica en que es un trabajo derivado de una investigación de tesis de licenciatura de la alumna Carolina Villalobos Abrego y que es complementada por el cuerpo académico Gestión Desarrollo y Gobernanza de la carrera de turismo de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Ésta investigación fue dirigida por el Doctor en Administración Gerencial Ramón Sebastián Acle Mena.

Este trabajo se considera importante ya que no hay muchos estudios hechos a cerca de las problemáticas que presenta el Barrio del Artista en cuanto a determinar su posicionamiento actual en referencia a su valor cultural y artístico. Además la investigación ofrece un contexto de originalidad, en su diseño, metodología de investigación hacia un tema como lo es el turismo en México considerado como una de las prioridades en el sexenio Gubernamental Federal 2012-2018.

El objetivo general es “determinar el posicionamiento del Barrio del Artista en la ciudad de Puebla”, con la finalidad de direccionar el estudio. De esta forma, permite plantear las siguientes hipótesis de trabajo:

H0: El Barrio del artista se encuentra actualmente bien posicionado como un sitio turístico cultural en la ciudad de Puebla

H1: El Barrio del artista no se encuentra actualmente bien posicionado como un sitio turístico cultural en la ciudad de Puebla

A continuación se presenta a manera de resumen el diseño de la investigación usado para la presente investigación. (ver tabla número 1)

Tabla 22 Resumen del diseño de la investigación

Enfoque de la investigación	Cualitativo
Tipo de investigación	Exploratorio, descriptivo
Método de investigación	Deductivo y analítico
Técnica de investigación	Encuesta y entrevista
Instrumento de medición	Cuestionario con preguntas cerradas: dicotómicas y de opción múltiple
Estrategia de aplicación	¿A quien? visitantes locales y turistas nacionales e internacionales ¿Cuándo? periodo vacacional diciembre 2013 ¿Dónde? barrio del artista
Encuestadores	3 encuestadores cubriendo una cuota de 90 encuestas
Población objetivo	31603 turistas y visitantes
Unidad de análisis	visitantes locales y turistas nacionales e internacionales
Muestra de estudio	265 turistas y visitantes, aplicando los criterios de 95% confiabilidad, 5% de margen de error, 50% probabilidad a favor y 50% de probabilidad en contra
Técnicas/pruebas estadísticas utilizadas en el análisis de datos	Alpha de Cronbach para validar el instrumento de medición
Programa estadístico utilizado	SPSS y Excel

Fuente: Elaboración propia en base al diseño de la metodología

Así mismo se presenta el formato numero 1 del instrumento de medición utilizado para levantar las encuestas y obtener la información pertinente.

Tabla 22.1 Instrumento de medición

Hola pertenecemos a la licenciatura de Administración Turística de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla y estamos realizando una encuesta con el objetivo de determinar el posicionamiento del Barrio del Artista. ¿Sería tan amable de contestar el siguiente cuestionario?					
Genero:	M	F	Edad:	Lugar de residencia:	Ocupación:
1. ¿Es la primera vez que visita Puebla?				SI	NO
2. ¿Es la primera vez que visita el Barrio del Artista?				SI	NO
3. ¿ Visitó antes de venir al Barrio del Artista otros lugares?				SI	NO
4. ¿ Le interesa visitar los sitios turísticos culturales?				SI	NO
5. ¿ El motivo de conocer el barrio del artista fue?				a) Turístico b) Cultural c) Gastronómico d) Otros	
6. ¿ Le atrae el concepto de lo colonial y cultural de este sitio?				SI	NO
7. ¿Adquirió algún producto o servicio de talleres o estudios del barrio del artista?				SI	NO
8 ¿Cuánto tiempo permanecería en este sitio?				a) 15 a 30 minutos b) 30 a 60 minutos c) mas de 60 minutos	
9. ¿Por qué medio se entero del Barrio del Artista?				a) Televisión b) Radio c) Impresos d) Internet e) Boca en boca f) Otros	
10. ¿Recomendaría visitar el Barrio de Artista?				SI	NO
Muchas gracias por su cooperación					

Fuente: Elaboración propia en base a las características del Barrio del Artista

22.5 Interpretación y discusión de Resultados

Después de haber hecho el levantamiento de la información se presentan en la siguiente tabla numero 2 los resultados obtenidos:

Tabla 22.2 Resultados Obtenidos

Pregunta	Encuestados	Resultados
1.¿Es la primera vez que visita Puebla?	265	15% SI 85% NO
2.¿Es la primera vez que visita el Barrio del Artista?	265	63% SI 37% NO
3.¿ Visitó antes de venir al Barrio del Artista otros lugares?	265	82% SI 18% NO
4.¿Le interesa visitar los sitios turisticos culturales?	265	64% SI 36% NO
5.- ¿El motivo de conocer el Barrio del Artista fue?	265	40% Turistico 30% Cultural 24% Otros 6% Gastronómico
6. ¿ Te atrae el concepto de lo colonial y cultural de este sitio?	265	72% SI 28% NO
7.- Adquirió algún producto o servicio de talleres o estudios del Barrio del Artista?	265	26% SI 74% NO
8 ¿Cuánto tiempo permanecería en este sitio?	265	15 a 30 minutos 26% 30 a 60 minutos 65% Mas de 60 minutos 9%
9.-¿Por qué medio se enteró del Barrio del Artista?	265	54% Boca en boca 36% Otros 4% Internet 3% Televisión 2% Impresos 1% Radio
10.- ¿Recomendaría visitar el Barrio del Artista?	265	94% SI 6% NO

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados arrojados por el cuestionario

22.6 Conclusiones

La presente investigación permitió conocer diferentes aspectos del posicionamiento del Barrio del Artista a través de las 10 preguntas hechas en el instrumento de medición.

Se observó que en la temporada vacacional diciembre 2013, estuvo caracterizada por ser considerada una de las temporadas turísticas que repunta más altamente en la ciudad de Puebla.

Se realizó una revisión de la literatura así como una investigación documental y se encontraron pocas referencias aisladas que midieran específicamente el posicionamiento del Barrio del Artista. Para la construcción del marco teórico, se estudiaron diferentes conceptos de mercadotecnia, posicionamiento, arte y cultura así como de enfoques teóricos relacionados con los mismos. Se dieron antecedentes sobre el origen del Barrio del Artista, la Plazuela del Torno, mercadotecnia, posicionamiento, arte y cultura. Se consideraron las diferentes fuentes, modelos y opiniones de instituciones y organismos como SECTUR, DATATUR, UNESCO Y UAPAC.

Se alcanzó el objetivo general y se aceptó la hipótesis de la investigación H1: El Barrio del Artista no se encuentra actualmente bien posicionado como un sitio turístico cultural en la ciudad de Puebla al observar que la investigación descriptiva muestra que el 82% de los turistas visitaron primero otro sitio turístico y que solo el 63% es la primera vez que visita este lugar. Es importante señalar que solo el 64% de los turistas le interesa visitar los sitios turísticos culturales, aunque estando en el Barrio del Artista el 72% le atrajo el concepto de lo colonial y cultural. En cuanto al consumo, solo el 21% adquirió algún producto o servicio en el lugar y el 65% permaneció de 30 a 60 minutos. El medio publicitario más utilizado para dar a conocer el lugar fue el de boca en boca con un 54% y asegurando que un 94% de los turistas entrevistados contestó que si recomendarían visitar el Barrio del Artista.

Sin embargo, se debe tomar en cuenta de que son juicios de valor y datos de opinión de los turistas nacionales e internacionales y visitantes entrevistados, y que no dan evidencia a favor al 100%. Queda claro que la presente investigación tuvo como base un objeto de estudio específico, que a través de un método, llegó a resultados y conclusiones. De ésta forma, al usar la teoría, la prueba y demostración para que se avance en el conocimiento sistematizado, permite seguir en el camino para el apoyo en la construcción del conocimiento científico.

Finalmente, la presente investigación aplicó el concepto de ciencia, que muestra que es un conjunto de conocimientos racionales, ciertos o probables, que obtenidos de manera metódica y verificados en la realidad, se sistematizan en forma organizada, haciendo referencia a objetos de una misma naturaleza, cuyos contenidos son susceptibles de ser transmitidos.

22.7 Referencias

AVVAC. (25 de 03 de 2009). Código de relaciones entre el artista visual y el espacio de difusión del arte contemporáneo. Obtenido de AVVAC Artistas Visuales de València, Alacant i Castelló: <http://avvac.wordpress.com/2009/03/25/codi-de-relacions-entre-l%E2%80%99artista-visual-i-l%E2%80%99espai-de-difusio-d%E2%80%99art-contemporani/>

Burguete, M. (2007). La Competitividad de las empresas de prendas de vestir que se ubican en el Municipio Heroica Puebla de Zaragoza. México.

Cabrera, F. (1986). ¿QUE ES LA PINTURA? México: Ed. Libros de México.

Deana, A. (1986). Cosas de Puebla (Vol. Tomo III). Puebla: Talleres de Marco Antonio Fuentes Rodiles.

Fischer, L., & Espejo, J. (2007). Mercadotecnia. México: McGraw-Hill.

Gambini, B. (2010). Marketing: lo último en la batalla mental del "posicionamiento" al "reposicionamiento". Agro enfoque, 24, 18-21.

García, A. (21 de agosto de 2009). Narro Robles refrenda la importancia del arte, la cultura y la ciencia. La jornada, pág. 5.

Gómez, A., & Lara, L. (08 de 2013). Fundación del Barrio del Artista. (C. Villalobos, Entrevistador)

Knobler, N. (1970). El dialogo visual. Madrid: Aguilar.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (1996). *Mercadotecnia*. Mexico: Prentice - Hall Hispanoamericana, S. A.
- Lamb, C. (2011). *Marketing* (11 ed.). México: Cengage Learning.
- Lamb, C., Hair, J., & Mc Daniel, C. (2008). *Marketing* (8va ed.). México: Cengage Learning.
- Larousse. (2010). *El pequeño Larousse ilustrado*. Colombia: Larousse.
- Leicht, H. (1980). *Las calles de Puebla*. Puebla: Junta de Mejoramiento Moral, Civico y Material del municipio de Puebla.
- Leonor, A. (julio de 2013). *Barrio del Artista*. (C. Villalobos, Entrevistador)
- López, V. (13 de 08 de 2013). *Potencial turístico en 30% del territorio*. MILENIO.
- Lozano, J. (1979). *Historia del Arte*. México: CECOSA.
- Mc carthy, J. (2000). *Marketing un enfoque global* (13 ed.). México: Mc Graw-Hill.
- Mercado, H., & Palmerín, M. (junio-julio de 2012). *El turismo y su importancia en la economía de México y del estado de Michoacan*. TURyDES, 5(12).
- O'Guinn, T. C., Allen, C. T., & Semenik, R. J. (2001). *Publicidad*. México: Thomson.
- Reyes, F. (1982). *El arte en la vida social (1775-1913)*. Mexico: Trillas.
- Ries, A., & Trout, J. (2003). *Posicionamiento: la batalla por su mente*. México: McGraw-Hill.
- Ruíz. (15 de 04 de 2013). *Boletín 90*. Obtenido de SECTUR: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_090
- Sigal, & et.al. (1997). *Historia del la cultura y el arte*. México: Alhambra mexicana.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. J. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Tourism-&More. (octubre de 2011). *Arte y turismo*. Obtenido de <http://www.tourismandmore.com/tidbits/las-artes-y-el-turismo/>
- Trout, J., & Rivkin, S. (1996). *El nuevo posicionamiento*. México: Mc Graw-Hill.

Propuesta para pilotear una aplicación de un instrumento de evaluación del desempeño por competencias, bajo el enfoque de 360° en una empresa de calzado

Efrén Ortiz & Angélica Pérez

E. Ortiz & A. Pérez
Universidad Tecnológica de León Blvd. Universidad Tecnológica No. 225, Col. San Carlos. C.P. 37670 León, Gto.
eortiz@utleon.edu.mx

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

This paper proposes a methodology to implement an automated performance assessment tool for job skills under the 360 ° approach, particularly for production supervisors jobs two shoe companies of the city of León Gto. This software was designed and developed using the technology of CMMI and is currently in the process of registration with the relevant bodies. Once the descriptors of competencies and associated behaviors were developed and validated through focus groups by experts in the field, being able to fly it to give validity to it.

The names of the host companies are booked on request to Human Resources managers, but relevant data on its production, sales and staff are reported.

23 Introducción

El departamento de Recursos Humanos, tiene como una de las responsabilidades de mayor impacto en las organizaciones, la comprensión de la planeación estratégica de las mismas, y a partir de ahí identificar los requerimientos de capital humano y las competencias que éste debe poseer para garantizar el cumplimiento de los objetivos fijados por la empresa. Sin embargo, las presiones del entorno implican que para que una organización llegue a sus objetivos, es necesario lograr o crear un ambiente laboral adecuado que permita la manifestación y desarrollo del potencial del capital humano, y una de las estrategias para lograr ese ambiente, consiste en generar métodos o sistemas de gestión por competencias aplicadas al personal y su posterior evaluación objetiva, que a su vez permite que se detecten, adquieran y desarrollen las competencias que dan valor agregado a la organización y que le diferencien en su sector, proponiendo un estilo de dirección que privilegia al factor humano, en el que cada persona debe aportar sus mejores cualidades a la organización.

Este estudio forma parte de un proyecto que nace de una propuesta práctica de vinculación de las instituciones de educación superior con la sociedad, y en particular con el sector productivo, es una necesidad cada vez más urgente y que ha sido motivo de reiteradas intenciones en los diferentes planes de desarrollo económico de los gobiernos federales y estatales. Sin duda, que la globalización tiene una tremenda influencia en esta necesaria relación, pues la globalización, que también afecta a la educación superior, es un fenómeno irreversible. Pero su evolución dependerá de las respuestas globales que se den en el presente y en el futuro próximo, especialmente por las instituciones de educación superior, responsables de la generación y difusión del conocimiento.

Apoyando lo anterior, en el (Enrique Peña Nieto, 2013) Plan Nacional de Desarrollo por el periodo 2013 – 2018, del Gobierno de la República, que establece como objetivo para “hacer del desarrollo científico tecnológico y la innovación, pilares para el progreso económico y social sustentable”, la estrategia de “contribuir a la transferencia y aprovechamiento del conocimiento, vinculando a las instituciones de educación superior y los centros de investigación con los sectores público, social y privado...que promuevan esta vinculación”.

El presente trabajo es una contribución precisamente a esa vinculación de las instituciones de educación superior con el sector productivo, al proponer una alternativa de mejora a un proceso de gestión del departamento de Recursos Humanos aplicable en principio, a un puesto del área productiva en empresas de calzado de la ciudad de León, Gto., y que consiste en la propuesta de aplicación de un instrumento que automatice la evaluación del desempeño por competencias laborales bajo un enfoque de 360°. Para esto, un equipo conformado por profesores y alumnos de la Universidad Tecnológica de León, simultáneamente realizaron el diseño del instrumento o software y la formulación de un catálogo de competencias con sus respectivos descriptores aplicables a puestos de supervisión en el área de producción, para pasar a la parte final de esta primera parte que consistió en la realización del 5 al 17 de julio del 2013, de dos reuniones de enfoque (focus group) y entrevistas a profundidad, para el análisis, discusión y validación de las competencias y descriptores, por parte de un grupo de expertos de la industria del calzado, que concluyeron con la validación de las mismas. Es importante mencionar que se realizó el primer grupo de enfoque para el área de recursos humanos con personas encargadas de la selección y evaluación de las competencias del personal de las siguientes empresas de León, Gto, Flexi, Brantano, Calzado

Padus y Jarking y los consultores de Organismos Descentralizados que supervisan operaciones en sector como el caso de Ciatec y la empresa consultora Manangement Consulting Solutions S.C. El segundo grupo de enfoque se integró con personal del área de producción en donde también estuvieron representantes de las empresas de calzado: Flexi, Grupo Abucombal S.A de C. V.

En las entrevistas a profundidad se contactaron diferentes empresas como Flexi, Calzado Blasito, Calzado Damita, Calzado Julie, Alfiero Shoes de México S.A de C.V, Manufacturera Hilmen S. A de C. V, Ardian y Grupo Industrial de Alta Moda.

La siguiente fase de este proyecto es la aplicación del instrumento de evaluación del desempeño por competencias bajo el enfoque de 360°, en dos o tres empresas de calzado en las que ya trabaje con un sistema de gestión por competencias, lo que requerirá una metodología con tal fin, siendo la misma el objetivo de este trabajo. Se pretende que la metodología que aquí se expone resulte útil para cualquier empresa que requiera optimizar los tiempos de evaluación del personal de manera objetiva, rápida y también versátil, por las bondades del instrumento que se utilizará. Además en el presente trabajo se realiza brevemente una revisión de la literatura relacionada con la evaluación del desempeño, gestión por competencias, se aborda el surgimiento de las mismas en México, sus dimensiones, clasificación. Posteriormente se resumen las características del instrumento de evaluación para dar paso a la metodología propuesta para el piloteo, y para cerrar el trabajo se presentan conclusiones.

23.1 Referente teórico

Evaluación del Desempeño

Según Grados Espinosa (Espinosa, 2011) la evaluación del desempeño es un proceso para medir formalmente la conducta laboral y proporcionar retroalimentación en la cual puedan hacerse los ajustes en la misma, contribuye con la administración de la empresa porque es un medio para que una organización mantenga su productividad y optimice sus recursos humanos.

Existen numerosos planes de evaluación pueden variar notablemente, desde programas sencillos, hasta aquéllos complejos que utilizan grandes empresas. Pero en todos los casos, para operar planes de evaluación en una empresa, son necesarias ciertas condiciones para el éxito del mismo, los cuales son:

- Apoyo manifiesto de la alta dirección de la empresa.
- Comprensión del proceso de evaluación por todo el personal.
- Selección del método de evaluación y preparación del procedimiento.
- Fijación de la periodicidad de la evaluación.
- Entrenamiento de los evaluadores.
- Comunicación y puesta en marcha del plan.

Propósito de la evaluación del desempeño

De acuerdo con Chiavenato (Chiavenato, 2009) la preocupación principal de las organizaciones, por lo general, se centra en la medición, la evaluación y el monitoreo de cuatro aspectos centrales:

- a) Los resultados; concretos y finales que una organización desea alcanzar dentro de un determinado periodo de tiempo.
- b) El desempeño; es el comportamiento o los medios instrumentales con los que se pretende ponerlo en práctica.
- c) Las competencias; las habilidades individuales que le aportan o le agregan las personas.
- d) Los factores críticos para el éxito; los aspectos fundamentales para tener éxito en su desempeño y resultados.

Otras razones:

- a) Como fuente de información para programas de capacitación, desarrollo y plan de carrera.
- b) De apoyo para programas de remuneración.
- c) Promociones.
- d) Mejorar las relaciones interpersonales.
- e) Adecuación de las descripciones de puestos.

Algunos métodos utilizados

Por el tipo de eventos o hechos analizados y evaluados, los métodos pueden ser referentes al desempeño pasado o basados en los desempeños esperados para el futuro. A continuación se describen sumariamente algunos de ellos:

Métodos basados en el desempeño pasado

Estos métodos, como su nombre lo indica, se refieren a hechos pasados, sobre los cuales el empleado ya no tiene ninguna influencia pero que puede ser medido. De estos métodos solo se mencionan dos de ellos:

Escalas o gráficas de puntuación

Por su sencillez es uno de los métodos de evaluación más empleado, aunque con frecuencia se puede prestar a juicios subjetivos por parte del evaluador; esto se puede evitar cuando los resultados son tratados matemáticamente.

Chiavenato menciona (Chiavenato, 2009) que para utilizar este método se utiliza un formulario de doble asiento, en el cual las líneas horizontales representan los factores de la evaluación del desempeño, mientras que las verticales representan los grados de variación de los mismos. Cada factor es definido mediante una descripción, simple y objetiva. Cada factor se dimensiona para que retrate una banda amplia del desempeño, que va desde insatisfactorio hasta excelente, existiendo entre los extremos valores intermedios.

Este método reduce las opciones de evaluación a los grados de variación de los factores, lo cual limita las posibilidades del evaluador.

Registro de acontecimientos críticos

La técnica de acontecimientos o incidentes críticos es un procedimiento diseñado por John Flanagan (1954) como un método para identificar los comportamientos que contribuyen al éxito o el fracaso de los individuos en situaciones específicas. Flanagan describe un “incidente” como “cualquier comportamiento observable que es suficientemente frecuente en situaciones específicas para permitir inferencias y predicciones acerca de las personas para repetir dicho comportamiento” (Global Pad Core Concepts. www2.warwick.ac.uk/fac/soc/al/globalpad/openhouse; consultado 8 junio 2014).

Se trata de una técnica sistemática, mediante la cual el supervisor inmediato observa y registra los hechos excepcionalmente positivos y los hechos excepcionalmente negativos con respecto al desempeño de sus subordinados, durante un tiempo determinado. Los incidentes críticos son hechos (no opiniones o generalizaciones); sin embargo, no todos los hechos son críticos... Los hechos críticos son las acciones del empleado que en realidad hacen que su desempeño sea notable, efectivo o inefectivo.

23.2 Consideraciones

- Es un método de evaluación continua, ya que por cada registro de incidente se acompaña una retroalimentación.
- Reduce el efecto de distorsión que tienen en la memoria los sucesos recientes.
- Se puede combinar muy bien con otro método de evaluación, como evaluación por resultados.
- Este método puede identificar las atribuciones fundamentales del puesto, los deberes y responsabilidades importantes que los llevan a tener éxito en el puesto.

23.3 Métodos de evaluación basados en el desempeño a futuro

Autoevaluaciones

Una excelente técnica para sensibilizar al empleado al proceso de evaluación del desempeño es el que realicen una autoevaluación. Con esto se estará alentándolos a la reflexión de sus logros, sus áreas de oportunidad y puede constituir una técnica muy útil, cuando el objetivo es a la visualización de la capacitación requerida para mejorar o para su posible promoción de desarrollo individual. Un aspecto que se debe de cuidar es que los factores que se utilicen en la autoevaluación sean los mismos que se estarán usando en el documento de evaluación de parte del jefe inmediato, en el caso de una evaluación vertical. Si el método que se utilice para la evaluación del empleado es de 180° o 360°, es importante que se incluyan en el formato de autoevaluación los factores que serán considerados por sus colegas, clientes o colaboradores. El aspecto más importante de las autoevaluaciones radica en la participación del empleado y su dedicación al proceso de mejoramiento.

Administración por objetivos o resultados

De todos los métodos de evaluación, este es el más ligado al establecimiento de metas conjuntamente, el empleado y su jefe inmediato, que establecen juntos objetivos específicos para un tiempo determinado, los cuales están relacionados con las funciones y responsabilidades del empleado, lo que contribuye también a que el jefe inmediato abone los resultados del empleado a sus propios objetivos. Dada esta situación, las metas tienen que ser específicas, razonables y significativas para ambas partes.

Esta técnica se compone de tres fases o etapas que se explican a continuación:

a) **Elaboración.** En esta etapa se formula un plan que contiene los objetivos que se pretenden alcanzar, con fechas de revisión de avance con la indicación de metas intermedias, posibles obstáculos que se deben prevenir, recursos necesarios para lograrlos y la métrica de evaluación que debe ser clara y pertinente.

b) **Desarrollo.** Consiste en la ejecución del plan trazado, utilizando el sistema acordado de registro en los periodos acordados, de tal forma que al acercarse el final del periodo, la conclusión de los objetivos se vislumbren como logrados, aun antes de terminar dicho periodo.

c) **Evaluación.** Consiste en una entrevista de revisión de los resultados obtenidos con sus variantes, y la preparación del plan para el siguiente periodo.

La retroalimentación o entrevista de evaluación del desempeño

Dada la importancia de informar al evaluado el resultado de su gestión durante un periodo de tiempo determinado, a continuación se mencionan las consideraciones que deben tomarse en cuenta para que esta información o retroalimentación al evaluado resulte pertinente, oportuna y positiva para estimular mejores desempeños.

En el Manual de Evaluación de Personal editado por el Grupo Editorial Expansión en 1980, menciona que un buen comienzo para la conducción de cualquier entrevista es la de analizar previamente el desempeño y los resultados del evaluado. Esto es particularmente importante ya que se trata del análisis y revisión del progreso de una carrera.

Por otro lado, la habilidad para iniciar bien esta entrevista depende mucho más de lo que ha pasado durante el periodo de revisión que de la cortesía del jefe. Se debe tomar en cuenta lo siguiente: Punto uno: el evaluado sabe que se conversará sobre lo que él ha realizado. Dos: el evaluado ha tenido varios meses de experiencia con el jefe y sin duda sabe mucho de la forma de atender estos asuntos por parte del jefe. Tres: esta experiencia ha sido placentera o desagradable, estimulante o aburrida, desarrolladora o destructiva.

Si el jefe no realizó sesiones de revisión de progreso en todo el año, el evaluado estará esperando sorpresas desagradables. Si el jefe fue duro y agresivo, desconfiará de todas sus sonrisas y amabilidades. O si no le prestó gran atención durante todo el año, el evaluado sabrá que no le importa al jefe.

Con todas estas consideraciones se concluye que la entrevista o ejercicio de retroalimentación del desempeño laboral, debe ser planeada, ejecutada a lo largo del periodo de desempeño, objetiva, pertinente y oportuna, solo así se establece la base del mejoramiento de resultados y logro de objetivos.

Teoría de las competencias

Concepto de competencias

Existen varias definiciones del término “competencias”, pero en todos los casos se refieren a una forma de conducta que es el resultado de la interacción personal de diversas habilidades, destrezas, conocimientos, necesidades, experiencias, inclusive valores y actitudes para obtener un resultado específico. Chiavenato (Chiavenato, 2009) menciona:

Una competencia es un repertorio de comportamientos capaces de integrar, movilizar, y transferir conocimientos, habilidades, juicios y actitudes que agreguen valor económico para la organización y valor social para la persona. Esta forma de comportamiento, repetitiva y mejorada por la misma experiencia, es lo que hace a una persona competitiva.

Este concepto es antiguo, aunque a finales del siglo pasado Levy-Levoyer preguntaba: (Levy-Levoyer, 2002), ¿Cuáles son las características que debe tener el personal de una empresa para sostener el éxito de la misma? Las competencias surgen de la consideración de cuál es el negocio de la empresa y de cuáles son los atributos de su cultura. Desde este punto de vista, es necesario plantearse cuáles son las características del personal que actuarán como factores clave de éxito y, además de identificadas, las competencias deben ser definidas, de tal modo que todas las personas de la organización comprendan qué significa exactamente conceptos como “orientación al cliente”, “flexibilidad” o “innovación”.

Finalmente mencionaremos que Emilio Chuayffet Chemor (Chemor, 2013) sintetiza diversas aportaciones de teóricos al establecer que “Competencia es la combinación de habilidades intelectuales, habilidades prácticas, conocimientos, motivación, valores éticos, actitudes y emociones que se movilizan para lograr una acción eficaz en un contexto determinado.

Antecedentes

El término, concepto y estudios sobre competencias se basan en gran medida en los trabajos e investigaciones que David McClelland y colaboradores llevaron a cabo para conocer las características presentes en las personas, que puedan ser indicadores de éxito en su actuación laboral, considerando como la variable fundamental: el desempeño. McClelland afirmaba que para el éxito en la contratación de una persona, no era suficiente con el título profesional que portaba ni el resultado de los tests psicológicos a los que se le sometía, sino el desempeño en el trabajo que dependía más de las características propias de la persona y de sus competencias que de sus conocimientos, currículum, experiencia y habilidades. (Zarazúa, 2007).

Desde que se inició el concepto de competencia, se puede observar un proceso de evolución que se puede representar como momentos de cambios que van uno detrás de la otro, donde se puede ver el efecto de solapamiento entre ellos.

Los mismos se identifican de acuerdo a su importancia dentro de la sociedad o empresa, así como con diferentes los enfoques y distintos promotores. (Tomado de Franklin Sandoval. Evolución del Concepto Competencia Laboral).

1. Primer Momento (1970-1979): En esta etapa se establece la oposición entre Competencia y Desempeño Es el inicio de la palabra en los ambiente de psicología.

2. Momento de Inclusión (1980-1995): Se concibe como una compleja estructura de atributos necesarios para el desempeño en situaciones específicas. Es cuando se incluye el concepto a los entornos laborales. Aquí se traslapa este momento con el siguiente, ocasionado por la necesidad de transformación por parte de las industrias, lo que provocó una creciente demanda de perfiles específicos para desempeñar adecuadamente las nuevas tareas y responsabilidades y llevó a evidenciar dos situaciones:

- La enorme brecha entre los requerimientos de capital humano que demandaban las empresas y lo que existía como tal.
- La poca o nula coherencia de la formación académica con la realidad de la vida y el trabajo.

Este conjunto de condiciones evidenciaron la crisis educacional de ese momento y el modelo por competencias comienza a surgir.

3. Momento para el ABC “Aprendizaje Basado en Competencia” (1995- 2007): Se refiere a la combinación de atributos (conocimiento, actitudes, valores y habilidades) y las tareas que se tienen que desempeñar en determinadas situaciones (Montaño,2014). El concepto abarca las instituciones educativas, planteándose la inclusión dentro de los planes de formación o plan curricular.

4. Momento para la Evaluación (2008- Actual): En esta etapa la competencia se define por la capacidad productiva de un individuo, se mide en términos de desempeño en un determinado contexto, la competencia tiene una evidencia para la certificación, en esta etapa se inicia la base de compartir y evaluar para la calificación de los trabajadores. La importancia del concepto de la competencia durante esta evolución, se puede evidenciarse a partir de varios proyectos a nivel internacional, se mencionan algunos de ellos:

5. Definition and Selection of Competencies (Proyecto DeSeCo, 1997) <http://www.deseco.admin.ch/>: Fundamentos teóricos y conceptuales sobre las competencias, fue lanzada por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) con el objetivo de proporcionar un marco conceptual sólido para informar sobre las competencias claves. o Onet (1998) <http://online.onetcenter.org/> fue creado por el Departamento Trabajo de los Estados Unidos, nace como una Red de Información Ocupacional, con una base de datos sobre información sobre la normalización de la ocupación y descriptores específicos de competencias de numerosos puesto de trabajo o Tuning (Unión Europea, 2000) y ALFA Tuning (América Latina, 2002) <http://unideusto.org/tuning/>. Se basa en la reestructuración educativa en Europa y América Latina, se ha convertido en un proceso con el objetivo de rediseñar, desarrollar, aplicar, evaluar y mejorar la calidad de primer, segundo y tercer ciclo de educación.

Enfoques sobre Competencia Laboral

Enfoque Funcionalista: Su origen es anglosajón. Las competencias dentro de este enfoque son definidas a partir de un análisis de las funciones claves que hace la persona dentro de su labor, con énfasis en los resultados o productos de la tarea, más que en el cómo se logran hacer. Permite a las empresas medir el nivel de competencia técnica de su personal, principalmente ligadas a oficios, y definir las brechas existentes para posteriores programas de capacitación.

Enfoque Conductista: De acuerdo a Mertens (1996), el modelo conductista se centra en “...Identificar las capacidades de fondo de la persona que conlleva a desempeños superiores en la organización. Generalmente se aplica a los niveles directivos en la organización y se circunscribe a las capacidades que le hacen destacar ante circunstancias no predefinidas. (p.3)

Este enfoque enfatiza en asumir las competencias como: comportamientos clave de las personas para la competitividad de las organizaciones”.

Enfoque Constructivista: De origen francés, da valor a la educación formal y al contexto laboral, en donde se construyen la competencia a partir del análisis y el proceso de solución de problemas y las disfunciones que se presentan en la Organización. La competencia está ligada a los procesos en la organización y de acuerdo a (Tobon,2006) este enfoque enfatiza el “asumir la competencia como: habilidades, conocimientos y destrezas para resolver dificultades en los procesos laborales- profesionales, desde el marco organizacional”. (p.20) En resumen los tres enfoques centran la competencia de acuerdo a: Normas de competencia (funcionalista) que se centra en los requerimientos de la ocupación.

Mejor desempeño (Conductista) que centra la competencia en las cualidades de la persona.

Lo que la persona es capaz de hacer (Constructivista) que se centra en las actitudes y la conducta asociadas con el conocimiento, habilidad y destrezas en conjunto.

Antecedentes en México

A partir de la globalización de los mercados y de la acelerada innovación tecnológica, se presenta para México nuevos requerimientos hacia la fuerza laboral en materia de capacitación y educación, como respuesta a esta demanda, la Ley General de Educación, en su artículo 64 publicado en 1993, establece que se podrán crear procedimiento para otorgar certificados o títulos a personas que acrediten los conocimientos que correspondan a cierto nivel educativo, adquiridos ya sea por experiencia laboral o por medios autodidactas.

Con el fin de validar conocimientos y experiencias de trabajadores adquiridos por medios no formales, surge el Consejo de Normalización y Certificación de Competencia Laboral conocido por sus siglas como CONOCER. Su función consiste en el desarrollo y establecimiento de metodologías y procedimientos para la elaboración de Normas Técnicas de Competencia Laboral.

Para CONOCER, el concepto de competencia laboral implica el saber, el saber ser y el saber hacer, lo que adecuadamente combinados origina las competencias.

Clasificación de competencias

Clasificación Mc Clelland

Desde los estudios de McClelland se han publicado diversas obras en donde cada autor propone su clasificación de competencias. Una síntesis de la clasificación que hace Spencer (Spencer & Spencer, 1993) sería:

Competencias de logro y acción:

2.10 Orientación al logro.

2.11 Preocupación por orden, calidad y precisión.

2.12 Iniciativa.

2.13 Búsqueda de información.

- Competencias de ayuda y servicio.

2.14 Entendimiento interpersonal.

2.15 Orientación al cliente.

- Competencias de influencia.

2.16 Influencia e impacto.

2.17 Construcción de relaciones.

2.18 Conciencia organizacional.

- Competencias gerenciales.

2.19 Desarrollo de personas.

2.20 Dirección de personas.

2.21 Trabajo en equipo y cooperación.

2.22 Liderazgo.

- Competencias cognoscitivas.

2.23 Pensamiento analítico.

2.24 Razonamiento conceptual.

2.25 Experiencia técnica; profesional; de dirección.

- Competencias de eficacia personal

2.26 Autocontrol

2.27 Confianza en sí mismo

2.28 Comportamiento ante los fracasos

2.29 Flexibilidad

Clasificación Claude Levy Levoyer

Por otro lado, la autora francesa Claude Levy-Levoyer (Levy-Levoyer, 2002) clasifica las competencias de la siguiente forma:

- Competencias universales. Son 29 competencias para los directores y gerentes superiores en una organización.
- Supra competencias, en las que incluye:
 - Intelectuales
 - Perspectiva estratégica.
 - Análisis y sentido común.
 - Planificación y organización.
 - Interpersonales
 - Dirigir colaboradores
 - Persuasión
 - Decisión
 - Sensibilidad interpersonal
 - Comunicación oral
 - Adaptabilidad
 - Adaptación al medio
 - Orientación a resultados

- Energía e iniciativa
- Deseos de éxito
- Sensatez para los negocios

Clasificación Martha Alles

Para Martha Alles (Alles, 2010) las competencias pueden ser:

- Competencias Cardinales, son aquellas que deben poseer todos los integrantes de una organización. Generalmente reflejan valores o conceptos ligados a la estrategia, que todos los colaboradores deberán evidenciar en algún grado.
- Competencias específicas gerenciales. Aplicables a cierto grupo de personas o colectivos, en este caso a un rol, el del jefe o superior de colaboradores. También pueden ser definidas como competencias administrativas y son las que cada gerente o ejecutivo debe construir y poseer para actuar como administrador.
- Competencias específicas por área, aplicables a ciertos grupos de personas de un área o departamento específico; también pueden ser definidas como competencias específicas por procesos.

El instrumento de evaluación nombre: edeco 360°

Resumen del contenido

1. Requisitos del sistema
2. Información de la organización

Registro del organigrama

Actualizar

3. Departamentos

Actualizar la información de un departamento

Dar de baja un departamento

Registrar un departamento

4. Puestos

Actualizar información de un puesto

Dar de baja un puesto

Registrar un puesto

5. Perfiles de puestos

Dar de baja perfil de puesto Modificar perfil de puesto Registrar perfil de puesto

6. Competencias (*)

Asignar ponderación a las competencias

Dar de baja competencias Modificar competencias Registrar competencias

7. Competencias por grupo

Agregar competencias a un grupo

Dar de baja un grupo de competencias Modificar un grupo de competencias Registrar un grupo de competencias

8. Empleados

Dar de baja un empleado

Actualizar la información de un empleado

Registrar los datos del empleado

9. Evaluaciones

Creación de una sesión de evaluación

Empleados

10. Respuestas

Dar de baja una respuesta Modificar una respuesta Registrar una respuesta

11. Reportes y estadísticas

Realizar evaluación y editar reportes de evaluación consulta de reportes y estadísticas (total, por competencia, por grupo de competencias)

12. Items

Dar de baja un descriptor o ítem Modificar un descriptor o ítem Registro de un descriptor o ítem

13. Usuarios

Registro de usuario

Dar de baja un usuario

Modificar información de un usuario

(*) EDECO 360° ya va cargado con un catálogo o diccionario de competencias y descriptores que podrán modificarse o adecuarse a las características de la organización y los puestos a evaluar.

23.4 El método de piloteo

Objetivos

- Identificar y verificar que las competencias de tipo genérico y sus descriptores de los supervisores de producción de las empresas anfitrionas, coinciden con las del EDECO 360°.
- Modificar las competencias del instrumento de evaluación a las validadas para los supervisores.
- Aplicar el instrumento.
- Validar si EDECO 360° es válido y confiable para medir el desempeño y las competencias laborales de los supervisores de producción de las empresas anfitrionas.

23.5 Planteamiento del Problema

Los objetivos de la investigación son identificar ¿Cuáles son las competencias con las que cuentan los supervisores de producción de las empresas anfitrionas? Y ¿Cómo se pueden mejorar las características de validez y confiabilidad de EDECO 360° para la evaluación del desempeño por competencias de los supervisores de producción de la empresa anfitriona?

23.6 Hipótesis

Hipótesis de investigación:

Hi1 “Las competencias laborales de los supervisores de producción de la empresa anfitriona efectivamente son indicadores en la evaluación de su desempeño”

H 2 “A mayor número de competencias por el supervisor, mayor será el resultado de su evaluación”

H 3 “El instrumento “EDECO 360°”, es válido y confiable para medir la evaluación del desempeño de los supervisores de producción de la empresa anfitriona”

Hipótesis Nula:

H0 “Las competencias laborales de los supervisores de producción de la empresa anfitriona no son indicadores en la evaluación de su desempeño”

H0 “A menor número de competencias por el supervisor, menor será el resultado de su evaluación”

H0 “El instrumento “EDECO 360°”, no es válido ni confiable para medir la evaluación del desempeño de los supervisores de producción de la empresa anfitriona”

Hipótesis Estadística:

La hipótesis estadística se describe de la siguiente forma:

$$H_i: r_{x y} \neq 0 \quad (23)$$

$$H_0: r_{x y} = 0 \quad (23.1)$$

En donde el símbolo de correlación entre dos variables es “r”, siendo representada la hipótesis de investigación por “H_i”, mientras que la hipótesis nula es representada por “H₀”, las notaciones “x y” representan las variables, así el signo “=” (igual) seguida del 0 (cero), indicará que no hay correlación entre las dos variables, mientras que el signo “diferente de” indicará que existe correlación entre las dos variables.

Definición conceptual y operativa de la Hipótesis y las Variables:

H_i “A mayor número de competencias por el supervisor, mayor será el resultado de su evaluación”

Variables:

a). Competencias Laborales

Definición conceptual: “es la combinación de habilidades intelectuales, habilidades prácticas, conocimientos, motivación, valores éticos, actitudes y emociones que se movilizan para lograr una acción eficaz en un contexto determinado.”, “con resultados efectivo y/o superior en su desempeño en el trabajo” (Chuayffet Chemor (Chemor, 2013)

Definición operativa: Se hará una revisión de los Análisis de Puestos de los supervisores de producción de la empresa anfitriona y una observación participante para determinar el tipo de competencias presentes en los supervisores.

b). Desempeño

Definición conceptual: El desempeño laboral es una actividad laboral en la que influyen variables ambientales que afectan la habilidad del trabajador

Definición operativa: Elaboración de una evaluación del desempeño basado en el método de evaluación por Resultado.

Variables.

Variables Independientes.

Son las siguientes:

- Número de personal bajo su responsabilidad.
- Antigüedad en el puesto.
- Escolaridad.

- Conocimiento del puesto.
- Necesidad de supervisión.
- Frecuencia de reproceso en los productos de su área.
- Satisfacción del cliente (interno/externo).
- Trabajo en equipo.
- Logro de metas, objetivos y resultados.

VARIABLES INDEPENDIENTES

Estas son las competencias laborales detectadas en el personal e incluidas en el catálogo de competencias y descriptores en EDECO 360°

Enfoque de la investigación: Será cuantitativa, o sea que los resultados serán interpretados de manera gráfica haciendo uso del programa estadístico SPSS o similar, siendo apoyados por docentes expertos en esta especialidad

Población: Se refiere a los supervisores de las áreas de producción de la empresa identificada como FSA y que abarca las diferentes líneas de producción de calzado, tenería y fabricación de suelas. El número considerado es de 45 supervisores.

Tipo de estudio: Será Correlacional, pues relacionará la variable.

COMPETENCIA CON LA VARIABLE DESEMPEÑO.

En el que los supervisores que obtengan el mayor número de competencias serán los que cuenten con mayor desempeño en su trabajo, por lo que aquellos que tengan mayor número de competencias, tenderán a obtener una calificación más alta en la evaluación del desempeño.

Diseño de la investigación. La investigación propuesta es un diseño de investigación no experimental y transeccional ya que no se realizará manipulación intencional ni asignación al azar, porque los sujetos a estudio pertenecen a un grupo determinado en la empresa anfitriona, y los datos que se investigan son en un solo momento y en un tiempo único, con el objetivo de comprobar la validez de un instrumento de valuación del desempeño.

Instrumento y materiales:

El Instrumento será, como ya se ha venido mencionando, el software de evaluación del desempeño bajo el enfoque de competencias laborales llamado EDECO 360°, formulado y registrado por la Universidad Tecnológica de León. Tiene diferentes módulos que permiten al responsable autorizado de la función de evaluación del desempeño, adaptar las competencias aplicables a la empresa, de un catálogo de las mismas que se va enriqueciendo con cada adecuación al repertorio de descriptores.

Los materiales utilizados en el estudio son el propio manual de EDECO 360°, los análisis de puestos de la empresa, así como los formatos de evaluación del desempeño por resultados correspondientes a los supervisores en estudio.

Procedimiento general

Primeramente se enviará una invitación oficial al responsable de la Administración de Recursos Humanos para participar en el piloteo de EDECO 360°.

Un documento explicativo del procedimiento a seguir.

Un plan de trabajo y cronograma de la aplicación y entrega de los resultados. Una carta agradecimiento oficial por parte de la institución.

23.7 Conclusiones

En base a los estudios realizados se concluye que se puede implementar la evaluación de desempeño bajo el análisis de gestión por competencias; las empresas que participaron coinciden en que el instrumento de evaluación EDECO 360° es una herramienta que facilita la evaluación en base a competencias profesionales, más sin embargo el proceso implica el fomentar la cultura laboral en la cual los supervisores de producción y el personal de capital humano trabajen de forma colaborativa para identificar las competencias cardinales, gerenciales y de área. Se debe de realizar un diagnóstico con datos esenciales del personal que labora en la empresa y un diagnóstico de la misma organización ya que las ventajas de implementar el instrumento de evaluación EDECO 360° es de mejora continua el cual se refleja en el mismo plan de vida y carrera de los empleados así como impacta para el logro de los objetivos empresariales.

Por lo tanto si nos basamos en las hipótesis de investigación, las competencias laborales de los supervisores de producción de la empresa anfitriona efectivamente son indicadores en la evaluación de su desempeño.

23.8 Referencias

- Alles, M. A. (2010). Diccionario de comportamientos. La trilogía. Buenos Aires: Granica.
- Chemor, E. C. (29 de Diciembre de 2013). Diario Oficial de la Federación. Acuerdo 712, Reglas de Operación 2014. México, Distrito Federal, México: Talleres del Diario Oficial.
- Chiavenato, I. (2009). Gestión del Talento Humano. Mexico: Mc Graw Hill. Enrique Peña Nieto. (2013). Plan Nacional de Desarrollo. México D. F.: Presidencia de la República.
- Espinosa, J. A. (2011). Evaluación de competencias laborales. México D. F.: Trillas.
- Flanagan, J. (1954). The critical incident technique. Psychological Bulletin, 51 (4), 327 - 358.
- Levy-Levoyer, C. (2002). Gestión de las competencias. Barcelona: Gestión 2000. McClelland, D. F. (1967). Personality. Nueva York: Holt, Rinehart & Winston, Inc.
- Mertens, I. (1996). Competencia laboral, surgimiento y modelos. Montevideo: Cinterfor/OIT.
- Montaño, F. S. (18 de Junio de 2014). Evolución del concepto competencia laboral. Caracas, Distrito Capital, Venezuela.
- Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). Competence at work, models for superior performance. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Tobón, S. T. (2006). Formación basada en competencias. Bogotá: ECOE Ediciones.

Zarazúa, J. (2007). Capacitación y Evaluación del Desempeño por Competencias. México D. F.: Instituto Politécnico Nacional. Dirección de Publicaciones.

Repeco la muerte anunciada

Priscila Domínguez, Perla Rostro y Mayra Valencia

P. Domínguez, P. Rostro y M. Valencia
Universidad Tecnológica de Salamanca. Av. Universidad Tecnológica 200. Salamanca, Guanajuato, México
pcadena@utsalamanca.edu.mx

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

One of the mayor changes brought in 2014 in México, was the tax reform focused in the development of a regime called “Incorporación Fiscal” (RIF), substituting a small taxpayer regime. This new scheme is created considering requirements of the preceding scheme, however, this one has been formed restrictions and additional duties, impacting the tax burden on small taxpayers. This article will help to dispel doubts about the new management of these taxpayers, it will help to clarify the new changes in the treatment of RIF, and it will guide to generate a realistic approach about the government is trying to achieve with this new changed in the system.

24 Introducción

El régimen de incorporación fiscal ha sido creado con la finalidad de subsanar la evasión fiscal del 80% (PRODECON, 2014) en México, de quienes por mandato establecido en la fracción IV del artículo 31 constitucional se encuentran obligados a contribuir con los gastos del Estado.

En el 2012 las autoridades fiscales dejaron de recaudar 1,782.7 billones de pesos (2014), es decir un 136% de sus ingresos tributarios del año pasado y pese a que esta evasión demuestra que los que más tienen menos pagan, el gobierno se ha ensimismado a crear un nuevo régimen para aquellas pequeños empresarios que anteriormente tributaban en el régimen de pequeños contribuyentes.

Su implementación sin embargo resulta insuficiente para lograrlo toda vez que por una parte está diseñado para que funcione solamente a través del adecuado uso de herramientas informáticas que la autoridad aún no termina de diseñar para su funcionamiento interno y peor aún que los contribuyentes no se encuentran preparados para usar dichas herramientas que requieren el inmediato uso de un equipo de cómputo, así como la implementación de comprobantes fiscales digitales autorizados y, por otra representa sólo un parche más en la ya de por sí remendada legislación fiscal vigente amén de que su efecto real podrá conocerse hasta el año 2024. Históricamente, conquistados y gobernados hemos sido sometidos a entregar tributo consistente en prestaciones pecuniarias obligatorias, impuestas unilateralmente por quienes detentan el poder con el fin primordial de obtener ingresos necesarios para el sostenimiento del gasto público, sin perjuicio de su posible vinculación con otros fines las más de las veces poco transparentes. El sólo hecho de ser impuesto de forma unilateral es motivo de desconfianza por parte de los ciudadanos en virtud de que sus gobernantes esgrimen en la mayor parte de los países la bandera de la democracia, útil tan solo para ser electos y consecuentemente obtener beneficios personales y no para ser utilizados de manera eficiente en beneficio de los gobernados.

24.1 Método

Para llevar a cabo este análisis se realizó una comparativa de la situación actual entre el régimen que llegó a su fin el 31 de diciembre del 2013 conocido como Régimen de Pequeños Contribuyentes y el vigente que entró en vigor el 1 de enero del 2014 impuestos por la autoridad con el nombre de Régimen de Integración Fiscal.

En México buscan la manera de evitar el pago del tributo correspondiente lo encontraron a través del ocultamiento de sus ingresos en la denominada economía informal por lo que la autoridad decidió crear un régimen denominado pequeños contribuyentes; no obstante el marco legal implementado por la autoridad hacendaria nació con enormes lagunas que permitieron que quienes trabajaban de forma independiente se inscribieran en el régimen referido por lo que actualmente el 80% de la población se encuentra en este rubro y el gobierno estima que entre los años 2000 y 2010 existió una evasión fiscal equivalente al 96% del ingreso público por este concepto (Estudio Técnico de Investigación de RIF, Prodecon 2013 p. 7).

La complejidad técnica del marco jurídico así como la escasa cultura tributaria son causas de la prácticamente nula recaudación gubernamental por lo que en la medida en que las leyes fiscales sean transparentes los gobernantes sean honestos y la ciudadanía adquiera la cultura necesaria en este sentido los ingresos producto de la recaudación tributaria serán suficientes para el cabal cumplimiento de la genuina función del estado gobernante.

El régimen de pequeños contribuyentes en México fue creado en la ley del impuesto sobre la renta para el ejercicio 1998 cuya exposición de motivos consistía en incorporar al sistema tributario a la mayoría de los vendedores que operaban en menor escala muchos de los cuales se encontraban en el sector informal de la economía.

Al efecto, se estableció el pago de los impuestos conocidos como impuesto sobre la renta, impuesto al valor agregado y a partir de los años 2002 el impuesto especial sobre producción y servicios y, 2008 el impuesto empresarial a tasa única mediante la determinación de cuotas fijas tomando como base los ingresos brutos del contribuyente sin conceder la oportunidad de deducir los gastos necesarios para su adecuada operación tal como se encuentra establecido para los otros regímenes excepto el de asalariados que son considerados como cautivos dentro del registro federal de contribuyentes de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Las cuotas referidas en el párrafo anterior, así como el hecho de que los propios contribuyentes serían responsables directos de declarar el importe de sus ingresos brutos sin mayor control que el contenido en un libro de ingresos y egresos fueron las causas de que la evasión fiscal ascendiera hasta alcanzar niveles inconcebibles para cualquier administración pública.

En este contexto el gobierno federal que tomó posesión en diciembre de 2012 incluyó en su agenda sexenal, la urgente necesidad de corregir el marco jurídico legal con la finalidad de subsanar las lagunas existentes y eventualmente inhibir la evasión fiscal al tiempo de incrementar paulatinamente la recaudación fiscal mediante un proyecto de largo plazo con vigencia de 6 años originalmente que, sin embargo fue finalmente puesto en marcha con vigencia de 10 años a contar del 1 de enero de 2014.

Nuevo Régimen de Incorporación Fiscal

En el mes de septiembre de 2013, el ejecutivo federal envió al Congreso de la Unión la iniciativa de reforma hacendaria en la que propuso la expedición de una nueva ley del impuesto sobre la renta, bajo el argumento de que la economía del país requería la creación de un nuevo régimen fiscal regulador de las actividades informales al que denominó régimen de incorporación fiscal.

Éste, sustituye al malogrado régimen de pequeños contribuyentes y permite al mismo tiempo la incorporación de quienes se encontraban inscritos en el régimen intermedio, siempre que cumplan con los requisitos establecidos en los artículos 111 al 113 de la ley del impuesto sobre la renta vigente.

El artículo 111 de la Ley del Impuesto sobre la Renta referido establece que:

“los contribuyentes personas físicas que realicen únicamente actividades empresariales, que enajenen bienes o presten servicios por los que no se requiera para su realización título profesional, podrán optar por pagar el impuesto sobre la renta en los términos establecidos en esta sección, siempre que los ingresos propios de su actividad empresarial obtenidos en el ejercicio inmediato anterior, no hubieran excedido de la cantidad de \$ 2'000,000.00”. (p. 122).

Los términos de actividad empresarial así como el de enajenación de bienes necesariamente remiten a la consulta obligada de lo que al efecto queda establecido en el Código Fiscal de la Federación, por lo que es esencial conocer la jerarquía del derecho mexicano, tienen la posibilidad de investigar para intentar comprender a cabalidad el significado real de su contenido.

Pareciera entonces que el Congreso de la Unión en su conjunto lleva a cabo las funciones para las que fueron electos, con la consigna de confundir a sus representados en lugar de clarificar y transparentar los lineamientos a seguir para lograr la tan anhelada simplificación en materia fiscal cuyo mayor beneficiario es sin duda el propio Estado.

El artículo 112 de la Ley de Impuesto sobre la Renta (LISR) vigente, impone obligaciones tales como: “conservar comprobantes que reúnan requisitos fiscales, únicamente cuando no se haya emitido un comprobante fiscal por la operación y, al mismo tiempo, obliga a registrar en los medios electrónicos a que se refiere el artículo 28 del Código Fiscal de la Federación, los ingresos, egresos, inversiones y deducciones del ejercicio correspondiente” (p.124)

Para el contribuyente resulta confuso toda vez que al estar obligados a registrar las operaciones propias del giro del negocio en medios electrónicos no queda clara la obligación de conservar comprobantes cuando no se haya emitido un comprobante fiscal de la operación.

Obliga al contribuyente de este régimen a realizar el pago de las erogaciones relativas a sus compras e inversiones cuyo monto sea superior a \$ 2,000.00 mediante cheque, tarjeta de crédito, débito o servicios; consecuentemente nace la obligación de adquirir servicios bancarios que representan erogaciones que no se tenían contempladas en la operación natural del negocio complicando aún más la actividad del contribuyente.

Finalmente el artículo de LISR 113 con el que se concluye la creación de este régimen establece: “cuando los contribuyentes enajenen la totalidad de la negociación, activos, gastos y cargos diferidos, el adquirente no podrá tributar en esta sección debiendo hacerlo en el régimen que le corresponda conforme a la ley” (p.126).

La LISR en su artículo 111, establece los requisitos para tributar en este régimen y el adquirente contemplado en el artículo 113 de la LISR puede optar por inscribirse en él, ¿por qué negarle la oportunidad de hacerlo? y sobre todo, ¿quién decidirá el régimen en el que deberá tributar?.

El término enajenación es definido como la transferencia de la propiedad es decir, entregar una cosa a otro por donación, venta o trueque mientras que en un sentido jurídico la enajenación implica la transferencia de un derecho real de un patrimonio a otro por lo que el criterio para el claro entendimiento del término nuevamente crea confusión en el lector.

24.2 Resultados

Realizando un comparativo del esquema (tabla 1) se pueden analizar las principales implicaciones para los contribuyentes:

Tabla 24 Análisis comparativo situacional

Repecos	Rif	Implicaciones
No emitían facturas, sólo notas de venta.	Emiten facturación electrónica digital.	Necesidad de un equipo de cómputo y acceso a internet para emisión de facturas.
Podría tributar bajo e	Se tributará en este régimen únicamente por 10 años, pasando en el 11vo. Al régimen general de ley.	Incremento de obligaciones Fiscales, se crea la necesidad de contratación de un servicio contable.
Se pagaba isr con respecto a una cuota integrada de forma estatal.	Realizarán el cálculo con forme al art. 111 de la lizr, teniendo la posibilidad de un subsidio del 100% el primer año, 90% el segundo año y así sucesivamente hasta llegar al 0%. El pago se hará a la federación.	
Se pagaba iva en la misma cuota bimestral.	Se pagaba iva conforme al flujo de efectivo y comprobantes que el contribuyente posea. Existe estímulo durante el 1er año del 100% siempre y cuando el impuesto no se traslade al consumidor.	Incremento del pago de la contribución del impuesto al valor agregado de forma inmediata.
Ingresos no acumulables y deducciones sin comprobante autorizado.	Ingresos acumulables y deducciones autorizadas.	Incremento a largo plazo de las contribuciones sujetas al régimen.
Presentaban únicamente los pagos bimestrales o un único pago anual con respecto a cuotas fijas.	Presentación de declaraciones bimestrales a través de medios electrónicos.	Adoptar el uso de herramientas electrónicas que en muchos casos no están al alcance de los pequeños negocios
Podían tributar las personas físicas con ingresos menores al 2,000,000.00	Tributan personas físicas, que realicen actividades empresariales, enajenen bienes o presten servicios, por los que no requieran título profesional, con ingresos menores a 2,000,000.00	Limitación para aquellos contribuyentes que realicen dichas actividades y requieran títulos profesionales.

Fuente: Elaboración propia en base a LISR

Un incremento importante en el pago de las contribuciones de los pequeños empresarios teniendo un indicador de más de 419.93% (tabla 2) se muestra a continuación:

Tabla 24.1 Cuadro comparativo de obligaciones fiscales 2014

Cuadro Comparativo de Obligaciones Fiscales 2014								
REPECO								
F	RI							
Ingresos	300,000.00							
Deducciones	-							
Base para Impuesto	300,000.00							
Rango 31								
Cuota Integrada Bimestral	7,110.45							
Pago de Impuestos Anuales	42,662.70							
	Ingresos 300,000.00							
	Deducciones <u>150,000.00</u>							
	Base Gravable 150,000.00							
	Límite Inferior <u>125,000.01</u>							
	Excedente del Limite 24,999.99							
	Porcentaje de Impuesto <u>32%</u>							
	Impuesto marginal 8,000.00							
	Cuota Fija <u>30,121.80</u>							
	Impuesto a pagar 38,121.80							
	Subsidio del 100% al 10% -							
	Impuesto Final Variable *							
	IVA Causado 48,000.00							
	IVA Acreditable <u>24,000.00</u>							
	IVA por Pagar 24,000.00							
	Ingresos 300,000.00							
	Deducciones - <u>150,000.00</u>							
	Base Gravable 150,000.00							
	Tasa Edo. Gto. - <u>2%</u>							
	3,000.00							
En una Década se pagaría:	426,627.02 1,791,548.09							
Nota: Variable *								
1er año	2do año	3er año	4to año	5to año	6to año	7mo año	8vo año	9no año
38,121.80	38,121.80	38,121.80	38,121.80	38,121.80	38,121.80	38,121.80	38,121.80	38,121.80
90%	80%	70%	60%	50%	40%	30%	20%	10%
34,309.62	30,497.44	26,685.26	22,873.08	19,060.90	15,248.72	11,436.54	7,624.36	3,812.18
3,812.18	7,624.36	11,436.54	15,248.72	19,060.90	22,873.08	26,685.26	30,497.44	34,309.62

Fuente: Elaboración propia en base a LISR

24.3 Discusión

Los pequeños comercios requieren de infraestructura tecnológica con el cambio cultural en la organización que esto conlleva así como la necesidad de contar con los recursos para poder operar en una plataforma como la que se requiere, en contraposición con la realidad del sector comercial y de servicios que impera en la economía mexicana en donde el pequeño comercio sostienen la base fiscal pero que se forma a través de esfuerzos económicos que deben ser coordinados no sólo a través de una política fiscal en conjunto con una política económica.

Identificación del régimen pequeño e intermedio dentro del RIF. El contribuyente puro se somete a crítica. Los pequeños contribuyentes deben presentar una declaración informativa que se cruza con la información de grandes contribuyentes.

A diferencia del anterior régimen, en RIF solamente se podrá tener la permanencia de diez años. El desempeño fiscal de este tipo de contribuyentes debe ser monitoreado por la asesoría de un profesional contable y fiscalista, que de manera muy puntual exponga las obligaciones y el impacto del término del periodo al pasar a un régimen general de ley.

En relación al cálculo conforme al Art. 111 de la LISR teniendo la posibilidad de un subsidio del 100% el primer año, 90% el segundo año y así sucesivamente hasta llegar al 0% tendrá como impacto un incremento a largo plazo de la contribución del Impuesto Sobre la Renta de hasta un 35% sobre la base gravable.

En relación a la disposición de las personas físicas para tributar en el régimen de incorporación fiscal en la realización de actividades empresariales, enajenación de bienes o prestación de servicios, en los que no deberán requerir título profesional con ingresos menores a 2,000,000.00, se limita al resto de los contribuyentes que realizan estas actividades pero que sí requieren su título profesional con lo que deberán tributar en otros regímenes con mayor carga tributaria fiscal con una contabilidad más compleja y obligaciones fiscales diferentes.

En relación a la tabla 2, donde se muestra el cálculo comparativo de pago de contribuciones que engloban los tres impuestos en el estado de Guanajuato: Impuesto sobre la Renta, Impuesto al Valor Agregado e Impuesto Cedular se hace un análisis de un contribuyente que a lo largo de diez años (plazo máximo de tributación en el RIF), tendría una carga fiscal que asciende al 302%. La tesis de la muerte anunciada del Pequeño Contribuyente se sostiene sobre el argumento de que ante esta realidad, la política fiscal pudiera impactar en la desaparición de pequeños empresarios llevándolos a un punto de cierre y quiebra para poder sostener tal carga tributaria.

24.4 Conclusiones

1.- La creación del régimen de incorporación fiscal pretende que todas las personas físicas que realicen actividades comerciales en las que enajenen bienes o presten servicios y para cuya realización no requieran de título profesional contribuyan con los gastos del Estado; sin embargo, se reitera la poca claridad que existe para el entendimiento de su contenido.

2.- Dentro de la exposición de motivos que el congreso de unión estableció al momento de realizar la reforma mencionada se encuentra textualmente lo siguiente: “Para simplificar y promover la formalidad de las personas físicas que realizan actividades empresariales se propone sustituir el Régimen Intermedio y el Repeco por un Régimen de Incorporación que prepare a las personas físicas para ingresar al régimen general” (Gaceta Parlamentaria, Número 3961-III, jueves 13 de febrero de 2014). De la misma forma se menciona en la exposición de motivos que: “A través del Régimen de Incorporación se pretende que las personas físicas con actividades empresariales realicen su actividad en un esquema que les permita cumplir fácilmente con sus obligaciones tributarias. La participación en el Régimen de Incorporación traerá aparejado el acceso a servicios de seguridad social. De esta forma, se creará un punto de entrada para los negocios a la formalidad tanto en el ámbito fiscal como en el de la seguridad social”. (Gaceta Parlamentaria, Número 3961-III, jueves 13 de febrero de 2014).

En definitiva los términos que utiliza la autoridad para expresar sus motivos con respecto a la reforma fiscal enfocada a los ahora RIF no van de la mano con las obligaciones ya establecidas en dicha ley puesto que no se está simplificando y mucho menos facilitando las obligaciones fiscales y tampoco la carga tributaria con la que actualmente cuenta este nuevo régimen.

3.- Quizá sea el tiempo de regresar a la antigua forma de comercio conocida como trueque, en la que se obtienen beneficios al intercambiar bienes y servicios por otros equivalentes sin necesidad de utilizar dinero en las transacciones.

24.5 Referencias

Calandrelli, M., Diccionario filológico-comparado de la lengua castellana, Buenos Aires, 1880-1916, 12 vol.

Código Fiscal de la Federación. Última Reforma publicada en el Diario Oficial de la Federación el 14 de Marzo del 2014.

Gaceta Parlamentaria, Número 3961-III, jueves 13 de febrero de 2014 Exposición de Motivos de la Reforma a los Art. 111 y 113 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Ley del Impuesto Sobre la Renta Última Reforma publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de Diciembre del 2013.

Procuraduría de la Defensa del Contribuyente (2014). El Ombudsman y la Opinión Pública, México, Prodecon, Serie de Cuadernos de la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente, Estudios Técnicos de Investigación RIF

Wolf, N. (2014). Evasión fiscal. Un estudio econométrico. Universidad Nacional Autónoma de México, Nuevo Consultorio Fiscal, Núm. 299 extraído del sitio www.consultoriofiscalunam.com.mx el 20 de marzo del 2014.

Ubicación geográfica de los usuarios de las redes sociales Nenek y Yaui

Dalia Hernández, José González, Rosa Jiménez y Otoniel García

D.R. Hernández López, J.L. González Compeán, R.M. Jiménez, O. García Camposano
Instituto Tecnológico de Cd. Valles, Carretera al Ingenio Plan de Ayala Km. 2 Col. Vista Hermosa
dalia_rlh@hotmail.com

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

This paper presents the design and implementation of a client-server system, which establishes a procedure for the geographical location of the Huastec and Náhuatl speakers through *nenek.mx* (Rojas & Abad, 2010) and *nenek.mx/yauí* (Hernández & Ramos & Ronquillo, 2012) platforms, which are monolingual social networks. This procedure includes three stages. In the first stage, a geographical location on the client side recovers the speaker location from the user's device. In a second stage, geographical data are stored in the data bases of the social networks. In the last stage, a web application on the server side shows the dispersion of the Tének and Nahuatl speakers by using Google Maps APP²¹.

25 Introducción

Casi todos los fenómenos, eventos u objetos de estudio se producen en un espacio geográfico determinado, pudiendo ser georeferenciados, mediante las tecnologías de información geográfica, mejorando y abriendo otras perspectivas u oportunidades de conocimiento, estableciendo nuevos planteamientos, metodologías de análisis, facilitando la aparición de nuevas interpretaciones de la misma realidad. (Del Bosque, Fernández, Martín-Forero, Perez 2012)

(Beltran, 2012) Menciona el concepto de la geolocalización social, en la cual comenta que prácticamente todas las redes sociales han desarrollado un sistema de geolocalización de su información y a partir de ahí se obtienen datos cuantitativos del comportamiento de los usuarios y datos cualitativos de su opinión.

Actualmente existe un estereotipo que describe a los hablantes de lenguas amerindias de México como personas que no tienen acceso a ámbitos como el internet y la tecnología. Con el fin de identificar el uso que los hablantes de lenguas amerindias hacen del Internet y específicamente de redes sociales como los los nuevos espacios virtuales en los que se relacionan las personas y en las que constituyen su identidad” (Orihuela, 2008), se ha realizado un sistema cliente-servidor que permite determinar la posición geográfica de los usuarios de redes sociales monolingües de las plataformas *nenek.mx* y *nenek.mx/yauí*. Dichas plataformas están enfocadas a las lenguas Huasteca (Tének) y Náhuatl respectivamente. Lo anterior permitirá a lingüistas e investigadores comenzar a analizar la dispersión geográfica de los hablantes de las lenguas bajo estudio.

Sistema de ubicación geográfica para las plataformas *nenek.mx* y *nenek.mx/yauí*.

El sistema de ubicación geográfica está basado en el paradigma cliente-servidor, en el cual la localización de hablantes se realiza en tres fases. En la primera fase una aplicación de geolocalización en lado del servidor, recupera, previa autorización del hablante, la información geográfica del dispositivo con el cual un hablante se conecta a la red social.

En una segunda fase, los datos extraídos son almacenados en las bases de datos de las redes sociales y en la última fase una aplicación web sobre el lado del cliente representa, mediante la aplicación Google Maps, la dispersión de los hablantes de lengua indígena tének y nahua.

La Figura 1 describe el flujo de trabajo que lleva a cabo el sistema de ubicación geográfica en sus tres Fases:

²¹This system is a result of the research project: “Estudio Diagnóstico sobre la concentración y distribución de hablantes en lengua tenek y nahua mediante cartografía digital y el uso de las redes sociales *nenek.mx* y *nenek.mx/yauí*”. This Project has been registered with ID VAL-LI-2011-101 at Dirección General de Educación Superior Tecnológica (DGEST).

•i) Fase de Adquisición de Datos Geográficos, ii) Fase de Almacenaje y manejo de Datos Geográficos. y iii) Fase de publicación de resultados. La figura 1 describe las acciones realizadas por el usuario en la aplicación que corre del lado del cliente, aquellas realizadas por el sistema en el lado del servidor y finalmente como un investigador de nuevo auxiliado por una aplicación del lado del cliente puede ubicar dentro de un mapa las localizaciones de los usuarios que han hecho uso de las redes sociales.

Figura 25 El procedimiento de ubicación geográfica y el posicionamiento de hablantes en el Internet



Metodología para el desarrollo del sistema de geolocalización dentro de las plataformas Nenek y Yauí

Fase de Adquisición de Datos

Se estableció como meta desarrollar una aplicación para la recolección de estadísticas de las redes sociales Nenek y Yauí, teniendo como objetivo conocer la ubicación de los usuarios mediante la API de Google Maps (Eguliz, 2007) generando reportes que apoyen en la visualización de los resultados.

Se realizó un análisis detallado, revisándose cada una de las plataformas (nenek y yauí) e identificándose claramente los procesos en los que debería participar la geolocalización, los cuales se mencionan a continuación:

- Cuando el usuario concluye el proceso de registro en las plataformas.
- Cuando el usuario accede a las plataformas mediante su respectivo correo y contraseña.
- Cuando el usuario accede a las plataformas con una IP diferente a las registradas en la base de datos.

Se concluye que son éstos tres momentos, en los cuales se deberán realizar las acciones que permitan identificar la ubicación de partida y los subsecuentes movimientos de los hablantes.

Fase de Almacenaje y manejo de datos geográficos

Para poder trabajar esta etapa se requirió de investigación principalmente en la web sobre métodos de geolocalización en páginas web- ya que este concepto es relativamente nuevo. El resultado que se obtuvo fue sobre información de procesos utilizados para referenciar las IP's a una ubicación geográfica, sin embargo resultaron ser poco favorables, debido a que se requiere de bases de datos demasiado amplias, las cuales son por lo general poco precisas y costosas. Sin embargo se siguieron realizando más investigaciones y se obtuvieron métodos para geolocalizar a los nuevos usuarios de las plataformas, sin la utilización de una base de datos como en el caso anterior, esto se logra con la utilización de API's, como es la API de geolocalización y la API Google Maps.

El diseño del módulo para nuevos usuarios se realiza con la implementación de la API de geolocalización, la cual permite obtener datos del usuario como su latitud, longitud y valores de precisión. Estos valores son utilizados dentro de la API de Google Maps para realizar una codificación geográfica inversa, obteniendo una dirección textual (país, estado, ciudad, y en algunos casos el barrio y código postal).

Posteriormente es necesario obtener datos de referencia sobre la conexión realizada por el usuario a la plataforma, utilizando algunas instrucciones para obtener la IP real y fecha de la conexión.

La información recolectada se almacena dentro de la base de datos de las aplicaciones, generando bitácoras sobre la movilidad de los usuarios dependiendo de si este cambia su ubicación de conexión.

Los datos recolectados solo estarán disponibles para los usuarios colaboradores o investigadores de las aplicaciones mediante la interfaz creada para este fin, en la cual tendrán la posibilidad de realizar búsquedas con diferentes criterios (nombre, sexo, estado y fecha) visualizándolos en forma de reportes, de la misma manera podrán hacer visibles en mapas digitales los resultados de las búsquedas, con el fin de apreciar de mejor manera la ubicación y movilidad de los usuarios de las plataformas.

Fase de publicación de resultados

Una vez que se tiene la información de las bases de datos de las redes sociales, se muestran tablas y mapas con diferentes formatos, este módulo solo está disponible para los usuarios registrados como colaboradores e investigadores, en dicha sección se despliegan datos estadísticos mediante el proceso de búsqueda por: nombre, sexo, estado (ubicación geográfica específica) y fecha, ésta información es visualizada según se prefiera, ya sea en forma de reporte tradicional o en un mapa digital.

25.1 Resultados y discusión

Como resultado se obtuvo un sistema de ubicación geográfica de hablantes en lengua Tének y Nahuatl. Se implementó una aplicación web que contribuye en la recolección de estadísticas de las redes sociales Nenek y Yauí, identificando de manera gráfica la ubicación y movilidad que existe entre los usuarios de las redes ya mencionadas.

La aplicación web será de gran ayuda para los investigadores que pretenden conocer la migración de personas de las lenguas madres.

En figura 2, se muestra la fase de adquisición del lado de cliente en la aplicación desarrollada y su integración a la plataforma nenek. También se puede observar la interfaz que aparece al hablante, una vez que se ingresa como usuario registrado a la plataforma, mostrándose un mensaje que incentiva a aceptar la geolocalización.

Figura 25.1 Pantalla que muestra un mensaje incentivando al usuario a aceptar la geolocalización



La Figura 3 muestra la etapa de volcado de información en la acción de geolocalización.

Figura 25.2 Representación de la geolocalización y volcado de datos al servicio de bases de datos



Al finalizar el proceso de geolocalización se muestra un mensaje agradeciendo al usuario por haber aceptado compartir su ubicación, como se puede apreciar en la Figura 4. Esto representa la finalización de la segunda etapa del procedimiento de ubicación geográfica.

Figura 25.3 Mensaje de agradecimiento al usuario por compartir su ubicación

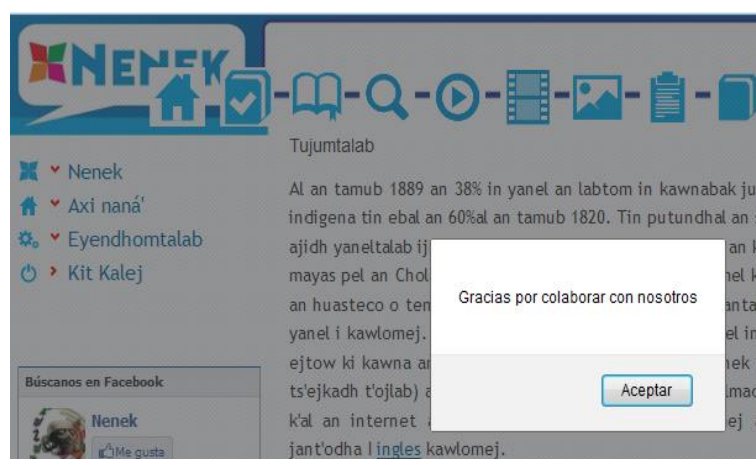


Figura 5 muestra el inicio de la tercera y última etapa del procedimiento realizado. En el menú localizado a la izquierda de la pantalla de inicio, se colocó una opción, que permite el acceso al módulo de geolocalización y que solo está disponible para los usuarios registrados como colaboradores e investigadores.

Figura 25.4 Liga para acceder al modulo de geolocalización



Una vez que se accede a la opción de geolocalización, se mostrará la pantalla principal que se aprecia en la Figura 6.

Al seleccionar el botón de Buscar, al investigador o lingüista podrá acceder a los diferentes tipos de búsquedas que podrá realizar, las cuales se muestran en las Figuras 7, 8, 9 y 10.

Como se puede apreciar, el investigador puede realizar búsquedas por nombre, sexo, estado (ubicación geográfica específica) y fecha.

Figura 25.5 Pantalla principal del modulo de geolocalización

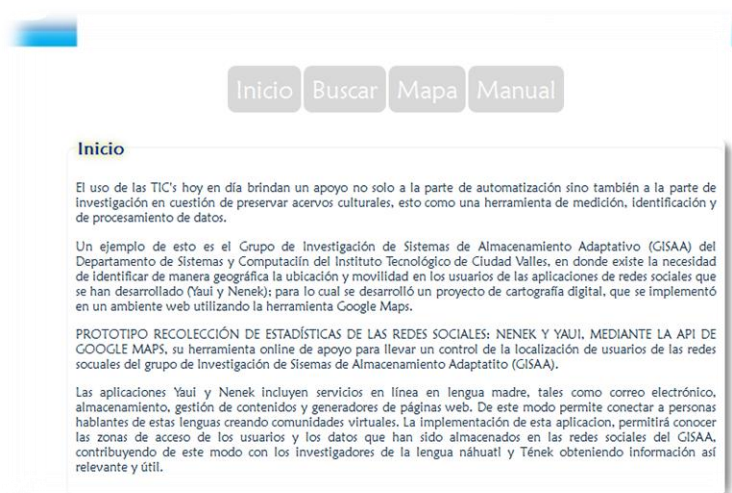


Figura 25.6 Búsqueda por nombre

The screenshot shows a web interface with a navigation bar at the top containing buttons for 'Inicio', 'Buscar', 'Mapa', and 'Manual'. Below this is a 'Tipo de Búsqueda' section with four radio buttons: 'Nombre' (selected), 'Sexo', 'Estado', and 'Fecha'. Underneath, the 'Busqueda por nombre' section contains three input fields: 'Nombre:' with the value 'otoniel', 'Apellido Paterno:' with the value 'garcia', and 'Apellido Materno:' which is empty. An 'Enviar' button is located at the bottom of this section.

Figura 25.7 Búsqueda por sexo

The screenshot shows the same web interface as Figure 25.6. In the 'Tipo de Búsqueda' section, the 'Sexo' radio button is selected. The 'Busqueda por sexo' section below it contains two radio buttons: 'Masculino' (selected) and 'Femenino'. An 'Enviar' button is positioned at the bottom of this section.

Figura 25.8 Búsqueda por estado

The screenshot shows the same web interface. In the 'Tipo de Búsqueda' section, the 'Estado' radio button is selected. The 'Busqueda por estado' section below it features a dropdown menu with the text 'Seleccione el estado:' and the value 'San Luis Potosi' selected. An 'Enviar' button is located at the bottom of this section.

Figura 25.9 Búsqueda por rango de fecha

The screenshot shows a search interface with a navigation bar containing 'Inicio', 'Buscar', 'Mapa', and 'Manual'. Below the navigation bar, there is a 'Tipo de Búsqueda' section with radio buttons for 'Nombre', 'Sexo', 'Estado', and 'Fecha'. The 'Fecha' option is selected. Below this, there is a 'Busqueda por fecha' section with two input fields: '***Fecha de Inicio: 2012-06-04' and '***Fecha de Final: 2013-06-04'. An 'Enviar' button is located at the bottom of the form.

Los resultados de las búsquedas serán visualizados según se prefiera, ya sea en forma de reporte tradicional o en un mapa digital, como se puede apreciar en las Figuras 11 y 12 respectivamente

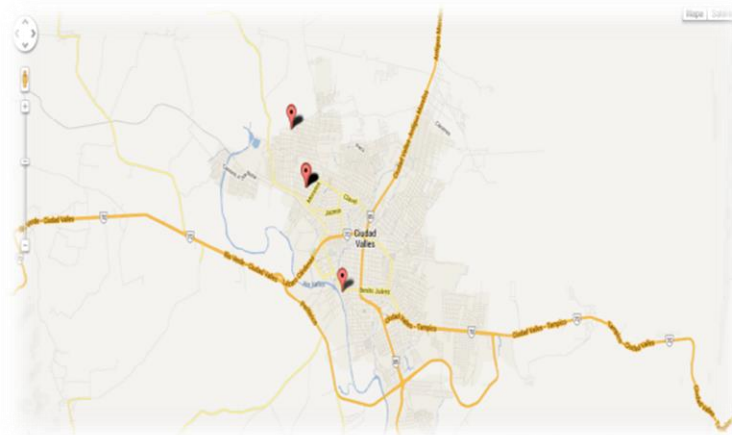
Figura 25.10 Visualización de resultados en forma de reportes

The screenshot shows a search interface with a navigation bar containing 'Inicio', 'Buscar', 'Mapa', and 'Manual'. Below the navigation bar, there is a 'Tipo de Búsqueda' section with radio buttons for 'Nombre', 'Sexo', 'Estado', and 'Fecha'. The 'Nombre' option is selected. Below this, there is a 'Busqueda por nombre' section with three input fields: 'Nombre: otonei', 'Apellido Paterno: garcia', and 'Apellido Materno:'. An 'Enviar' button is located at the bottom of the form.

Below the search form, there is a table titled 'REPORTE DE USUARIOS' with the following data:

Nombre	Ap. Paterno	Ap. Materno	Sexo	Email	Dia	Mes	Año	Latitud	Longitud	Rango	Fecha	Direccion
otonei	garcia	camposano	link	otonei07@gmail.com	05	Junio	1990	22.0093074699999997	-99.0311026	27	2013-01-09	Moroles y PavA/Vo- 79010 Ciudad Valles- SLP- MA C...
otonei175	garcia	camposano	link	otonei175@gmail.com	05	Junio	1990	22.0093669	-99.0310478899999999	34	2013-01-22	Moroles y PavA/Vo- 79010 Ciudad Valles- SLP- MA C...
otonei175	garcia	camposano	link	otonei175@gmail.com	05	Junio	1990	22.0222236	-99.0360024	34	2013-02-20	Tecmálgico- Ciudad Valles- SLP- MA C...
otonei175	garcia	camposano	link	otonei175@gmail.com	05	Junio	1990	22.0091007	-99.030808	25	2013-04-28	Moroles y PavA/Vo- 79010 Ciudad Valles- SLP- MA C...
otonei175	garcia	camposano	link	otonei175@gmail.com	05	Junio	1990	22.0091566	-99.0309248	40	2013-05-23	Moroles y PavA/Vo- 79010 Ciudad Valles- SLP- MA C...

Figura 25.11 Visualización de resultados en un mapa digital



25.2 Conclusiones

El presente trabajo presenta una aplicación cliente servidor que permite coleccionar datos de ubicación geográfica de hablantes de las lenguas Tének y Náhuatl. Se ha desarrollado una Aplicación web que permite a los investigadores mapear las ubicaciones de los hablantes de ambas lenguas para llevar a cabo análisis de datos sobre dichas lenguas y sus hablantes. De la misma manera tener datos sobre fenómenos de migración y agrupamiento en las localidades fuera de sus comunidades de origen.

Los Sistemas de Información Geografica son herramientas de apoyo para la toma de decisiones en diversos ámbitos y específicamente en el sociológico permite el análisis de patrones que interrelacionan fenómenos sociales, lo cual permite su investigación y comprensión.

Se pretende clasificar las localizaciones de usuarios de las plataformas y mostrar información adicional en el mapa como vertiente y/o variante lingüística de los hablantes geográficamente ubicados. De tal manera que al incluir las aplicaciones en redes sociales monolingües, se garantiza que los usuarios realmente son hablantes.

Identificar la creación y seguimiento de comunidades virtuales, fenómenos que permiten perpetuar el uso de la lengua común y costumbres.

25.3 Recomendaciones

Es importante notar que por ahora el sistema solo ha sido enfocado a la utilización de redes sociales monolingües pero se recomienda extrapolar el procedimiento de ubicación geográfica a redes sociales convencionales.

25.4 Referencias

Beltrán, G.(2012). Geolocalización y Redes Sociales. España:Bubok

Del Bosque,I. & Fernández, C.&Martín-Forero, L. & Pérez, E.(2012). Los sistemas de información geográfica y la investigación en Ciencias Humanas y Sociales. Madrid:CSIC.

Eguiluz J.(2007). Introducción al Ajax recuperado el 01 de febrero del 2014 . http://librosweb.es/ajax/capitulo_9/google_maps.html

Hernández, M., Ramos, O. Ronquillo, J.(2012).-Tesis: “Construcción del corpus digital de la lengua náhuatl mediante la plataforma: www.nenek.mx/yau”, México:IT de Cd. Valles.

Orihuela, J. L. (14 de 10 de 2008). La hora de las redes sociales. Nueva Revista, nº 119 , 57-62

Pressman, Roger (2005). Ingeniería del Software: Un Enfoque Práctico. Madrid, McGraw- Hill.

Rojas, P y Abad, P.(2011).-Tesis: “Categorización, verificación y control del acervo cultural y lingüístico de la cultura tének, mediante la plataforma *nenek*”. México:IT de Cd. Valles.

Un trabajo de migración utilizando el método de las historias de vida

Cándido González & Ana González

C. González & A. González
Universidad de Guadalajara
candido195913@yahoo.com.mx

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

Migration has been analyzed from the quantitative component for decades. Odds on who will return and who help but do not do enough to explain the migration phenomenon itself. Life stories emerge in the twentieth century from the work of Thomas and Znaniecki that was about a migrant's life, too. Both quantitative and qualitative studies allow us to give an explanation of what migration is, who those who migrate are, why do they do it and how they do it. However, we often find cases that deviate from those parameters that we established. Its particular characteristics are worthy of being analyzed and that is why we turn to the life stories, to learn about cases like the one presented in this work: a native of the west part of Mexico who became migrant at a young age and who became successful in an area in which he was not capable at the beginning. Moreover, he took his extended family to the United States.

Experiences like this one can be rescued by using the life story method to get an understanding of the phenomenon of migration from different areas

26 Introducción

En el ámbito de las Ciencias Sociales se ha aplicado el método de investigación por medio del estudio de las historias de vida desde hace aproximadamente un siglo. Los primeros escritores conocidos en exponer este tipo de trabajos fueron William Isaac Thomas y Florian Znaniecki cuando sacaron a la luz su célebre documento: "El campesino polaco en Europa y América" basado en la vida de un migrante que viajó a Estados Unidos y con el cual deslumbraron no solo a los científicos sino al público en general. De hecho, el documento se constituyó como el primer estudio de gran relevancia que se presentó en el naciente Departamento de Sociología de la Universidad de Chicago (Thomas y Znaniecki, 2004).

El texto²² dio la vuelta al mundo y llamaba mucho la atención tanto por la claridad de la exposición como por su sencillez; no se podía dar crédito que con escribir a manera de relatos la evolución de una persona y su simple desarrollo de la vida cotidiana en las actividades más mundanas, se estuviera abriendo una nueva ventana en las metodologías utilizadas en las ciencias sociales. Sucedió, como es de esperar cuando surge algo nuevo y nada ortodoxo: que hubo quienes la aceptaron de muy buen agrado y quienes hicieron la más fiera de las críticas porque a las ciencias sociales no se les podía abaratar tanto bajándolas al mundo de la simple descripción de la vida diaria de una persona. Desde sus inicios entonces, la aplicación del método de las historias de vida, ha contado con seguidores y con críticos.

El estudio que hicieron los autores estuvo relacionado con la migración de un polaco que fue a trabajar al área de Chicago como lo hicieron muchos de sus coterráneos y hacen referencia de las cartas que enviaba y recibía como únicos documentos aparte de las entrevistas y la observación participante que realizaron puesto que ellos mismos fueron a Polonia a conocer el medio en el que se desenvolvían las personas antes de emigrar hacia los Estados Unidos

²² El documento nunca apareció como un libro en su conjunto, por razones desconocidas siempre se han conocido fragmentos y lo que se ha publicado como texto completo en diversas presentaciones, en realidad son compilaciones de algunas de sus partes.

26.1 Metodología

El asunto más importante a discusión, estriba en que si algo puede ser científico si analiza el actuar de un pequeño grupo o inclusive de una sola persona, la tradición de las ciencias sociales rondaba siempre el ámbito macro-sociológico como era el estudio de las religiones, el papel del estado, las relaciones sociales de producción, la producción de mercancías en un país y cosas por el estilo. También en la tradición de los estudios migratorios, otro de los clásicos y quien utilizó también el método de las historias de vida, fue Robert Redfield (Arias y Durand, 2011) quien fue formado en la Universidad de Chicago. Son conocidos y fueron bien aceptados los trabajos que realizó describiendo las formas de trabajar de migrantes extranjeros en el norte de Estados Unidos de América, fue pionero y se conserva su imagen como uno de los grandes científicos sobre el tema.

Otro clásico de los estudios migratorios: Paul Taylor, quien fue conocido en el ámbito científico cuando realizó un trabajo en la pequeña población de Arandas en el estado de Jalisco a principios de los años treinta, utilizó en parte este método cuando expuso sus resultados de investigación respaldándose en la información obtenida de entrevistas a profundidad.

A finales de los años sesenta se conoció en forma muy profusa el trabajo que publicó el célebre Óscar Lewis, quien por cierto, se ganó un mar de críticas de las cuales solamente se podían catalogar en dos: las muy malas y las muy buenas. La obra “Los hijos de Sánchez”, relata en forma magistral el desarrollo de un pequeño grupo de personas en torno a la autoridad de una persona, el señor Sánchez, padre de familia quien procreó hijos con diferentes parejas y cuya familia completa vivía metida en la pobreza en la gran ciudad de México de mediados del siglo veinte (Lewis, 2012).

La riqueza del análisis resaltaba en primer término por su exposición porque a pesar de ser un estudio antropológico, la mayoría de los lectores pensaba que tenía en sus manos una novela. Estuvo tan criticada a favor y en contra, que por un lado, se solicitó la prohibición de la venta del libro a través de las instancias legales en los juzgados, y por otro, suscitó la venta de grandes cantidades del libro, cosa muy poco usual en el medio académico en México y menos aun en la época de que se trata. “Los hijos de Sánchez” dio lugar inclusive para abrir un nuevo campo de estudios en las ciencias sociales y que se dio en llamar “la antropología de la pobreza”.

Pocos años después de la aparición de la obra de Oscar Lewis, vio la luz otra con características algo similares en cuanto a la característica de ganar seguidores y opositores (en cualquiera de los dos casos, muy asiduos), lo fue “Las enseñanzas de don Juan” (Castaneda, 2000) de Carlos Castaneda quien pretendía doctorarse por la famosísima universidad de Berkeley en California, pero que encontró una férrea oposición por considerar que la descripción de una relación con una persona catalogada de brujo y que cultivaba el hábito de consumir droga, no podía ser por ningún motivo considerada como un trabajo académico digno de presentarse en un jurado de grado. La historia de vida que expuso Castaneda dio la vuelta al mundo cultural y es considerada como uno de los estudios clásicos de la utilización del método de las historias de vida.

El libro de Castaneda fue prologado nada más y nada menos que por Octavio Paz.

En este trabajo se expone el relato de un trabajador mexicano proveniente de la región caracterizada por el más alto índice de migración desde hace más de un siglo: el occidente (Durante, Estrada Iguíniz y Labazée, 2007) en este caso, de Yahualica, Jalisco.

A través de la exposición, mi interés es resaltar que el desarrollo de su vida corre por líneas distintas de las que están prefiguradas por los estudios cuantitativos clásicos que se han escrito sobre la migración de trabajadores mexicanos en los Estados Unidos (Quintero y Zenteno, 2006). La riqueza de un trabajo cualitativo estriba en gran parte en eso, cuando un grupo pequeño (o una persona, inclusive) sale de los estándares. En particular, consideramos que son tres aspectos los que se evidencian como divergentes: primero, se trata de un niño de 14 años de edad que se desprendió del núcleo familiar sin tener siquiera la necesidad de hacerlo, es decir, tradicionalmente son las personas adultas quienes buscan una posibilidad de empleo para mejorar su situación económica, y en nuestro caso, el niño que abandonó el seno familiar, se ubicaba por encima de los estándares de vida locales, a él lo movió el interés por “venir de Estados Unidos” como ellos solían decir.

Una persona que iba al país del norte y regresaba al año siguiente montado en una motocicleta, en un carro o simplemente pagando la música en los medios sociales en los que se construyen al amparo de las fiestas patronales, genera un prestigio en el pueblo que es muypreciado. Dice él, muchos de mis amigos venían cada año a las fiestas de San Miguel y yo también “quería venir”. A pesar de su corta edad, jugó a su favor una característica que es muy propia del análisis de los estudios migratorios y que es la existencia de redes sociales que en este caso son los familiares, amigos o grupos de su mismo origen que apoyan con recursos, vestido, alimentación, guía para obtener un empleo o simplemente información en un país con diferentes costumbres y lengua.

Segundo, en sus ánimos de regresar a instalarse en su lugar de origen que es el sueño de todo migrante, no encontró la posibilidad real de establecerse y se sintió expulsado de regreso a Estados Unidos por las circunstancias. Ya no estaban donde mismo los amigos a quienes iba a presumir el retorno, el ambiente laboral que conoció había quedado muy lejos de sus pretensiones y empezar un nuevo trabajo en un medio desconocido era peor que regresar a Estados Unidos.

Las incomodidades que encontró en el país vecino en su primera incursión ya no le eran tanto y el paraíso del terruño no lo era tampoco (Alarcón, et. al; 2009).

Tercero, aventuró en abrir negocios en Estados Unidos que eran ajenos a sus habilidades pero tuvo gran éxito, a tal grado que se vio en la necesidad de mandar llamar a familiares para que estar en posibilidad de cumplir con los compromisos. Lo que sucede tradicionalmente, es que el migrante obtenga un empleo en la agricultura o los servicios y se mantenga en el puesto por largas temporadas aun y cuando el proceso migratorio lo realice cíclicamente; el haber incursionado como empresario y en actividades hasta entonces desconocidas por él, lo sitúa como un trabajador *sui-géneris*, más aun cuando el producto lo enviaban a distancias muy grandes.

Además de mandar a traer los familiares, organizó un grupo de donantes para pagar los gastos y llevar personas a Estados Unidos y que sus familiares pudieran verlos. Esta acción toma gran significado porque los migrantes tienen siempre en mente asistir a las fiestas patronales del pueblo y saludar a familiares y amigos, pero dadas las limitaciones legales, una cantidad muy considerable de migrantes no pueden salir de Estados Unidos porque se complica el retorno. Hace *sui-géneris* a este migrante, el haber organizado la captación económica suficiente para llevar de visita a un grupo de treinta personas de entre quienes cuentan con familiares en esa zona de Estados Unidos. En particular, el grupo era un equipo de jóvenes integrantes de música folclórica y que desde luego, todos tenían familiares cercanos en esa área de los Estados Unidos.

Estudio de caso: Dejé el trago a los 18 años de edad.

Vine a Estados Unidos un cuatro de julio y cumplí mis quince en octubre. Me agarró la migración en cuanto llegué; la primera vez así fue, en cuanto entré me regresaron. Me hice un amigo en la cárcel donde nos tuvieron y ya con eso me animé a entrar otra vez.

Me dijo:

-En cuanto nos saquen, nos vamos a un hotel y ahí juntamos todo lo que traemos los dos y nos ponemos de acuerdo con un coyote y cruzamos de nuevo para acá.

Estuvimos cuatros días en la espera pero cruzamos, nos fue bien y bendito sea Dios, en esta ocasión todo estuvo bien, ahora sí a conocer los Estados Unidos, vine a dar hasta Los Ángeles donde estaba uno de mis hermanos que es mayor que yo. Una de las cosas que más recuerdo haberme llamado la atención fue que veía las letras al revés, no era como las había aprendido yo, ahora sí tenía que enfrentarme a una cultura diferente y todo lo que ello implicaba. Yo traía dinero para pagarme mi viaje y el coyote y todo, pero en los intentos y los gastos de más como eso del hotel, me acabé todo y me tuvieron que ayudar mis papás. Fueron 350 dólares del coyote. Vinieron mis papás, ellos tenían papeles, me trajeron dinero, eso fue en 1988 y a los ocho días de que había llegado me ofrecieron un trabajo, era en el mismo lugar donde estaba mi hermano haciendo labores de plomero, ya tenía como nueve meses trabajando en eso, pero con unos horarios muy feos, muy pesados, agarraba muchos turnos en la noche.

Tuve mucha suerte porque yo era el único que no hablaba inglés y además menor de edad, sí me aceptaron en el trabajo y comencé con buenos ánimos. Me contrató un texano que era hijo de un mexicano y según él, yo me parecía mucho a su papá, cuando platicamos le dije:

-Yo soy carnicero allá en México.

-Pues te pareces mucho a él y también era carnicero, ¿cómo te llamas? –y luego me mostró una cajita de herramientas que utilizaba su papá cuando fue carnicero.

Como de anécdota pero eso sirvió para que me dieran el trabajo y la verdad era mucho riesgo para él porque en caso de algún accidente y yo de indocumentado y menor de edad, le hubiera causado muchos dolores de cabeza. Me fue bien.

Los compañeros de trabajo me vacilaban mucho, me decían que como no hablaba inglés que ellos no iban a hablar nada en español, que debía aprender pronto. Yo era muy berrinchudo y me enojaba mucho, los peleaba pero pienso que me tuvieron mucha consideración porque el patrón me tenía aprecio especial.

A diario me mandaban por la comida de todos, generalmente a un *McDonalds* y yo me torcía y retorcía pero tenía que darme a entender con gente que no me entendía nada. Ellos se burlaban y yo enojaba de veras, lo hacían por buena onda, sin malicia, pero yo en mi corta edad me sentía como si fuera una humillación sin pensar que lo hacían para ayudarme y para hacer el trabajo más llevadero con más camaradería. Trabajé como tres años y me sirvió muchísimo.

Una ocasión, cerca del centro de lo que se le conoce como el Este de Los Ángeles, había una escuelita en un barrio que se llama Paramount, nos dieron esa chamba y cuando terminamos hubo problemas porque protestaron los de la Unión, es decir el sindicato de pintores porque aquí así se les dice a los sindicatos “La Unión”.

-La compañía tiene que entrar en quiebra –nos explicó el patrón a resultas de ese problemita- es la única forma de evitar mayor problemas con la Unión.

Pues a mí hasta con eso me fue bien porque supuestamente el patrón no nos pagaba lo debido, las horas extras y todas esas cosas, entonces después de la quiebra yo recibí aparte casi 5,000 dólares por los reajustes que fue necesario que hicieran. En ese tiempo era a 31 dólares la hora por la Unión, yo cuando lo platico eso con mis amigos ni me creen que en aquella época me debían haber pagado a eso la hora y en realidad así me las pagaron porque esa indemnización fue la que cubrió la diferencia de lo que ganaba y lo que debería haber ganado.

Claro, todos estábamos de acuerdo con el trabajo y con lo que ganábamos, pero esa quiebra nos cayó del cielo.

El lado malo de eso fue que perdí la chamba y con eso una muy buena oportunidad porque después de eso vi que no era nada fácil.

Bueno, esa fue la historia bonita, lo que pasó también fue que de julio a septiembre yo me sentía morir, con lo del idioma y el cambio en todo la verdad es que yo no estaba conforme y le hablé a mi papá y le dije que me quería regresar y él que tanto me había rogado para que no viniera, fue el primero que me dijo:

-No hijo, aguántate, échale ganas y junta dinerito.

Era ahora él quien me decía que me quedara y no regresara cuando había sido el principal obstáculo para que yo viniera.

-Ya traté la carnicería, ya la vendí, no puedo echarme para atrás.

Y tenía razón, allá lo mío era la carnicería y se vendió porque yo me amaché en venirme ¿cómo hacíamos ahora para decir que siempre no se vendía la carnicería o cómo empezaba ahora en algo nuevo que yo no conocía? Me sentí apachurrado.

En fin, me aguanté los cuatro años, regresé a Yahualica mi tierra allá en Los Altos de Jalisco y ahora yo fui el que me sentí incómodo en mi pueblo, lo que podía encontrar yo de trabajo allá era muy mal pagado, mis amigos ya todos por su lado, entonces no me quedó otra que regresar a Los Ángeles; increíble, aquí me sentí muy incómodo por el idioma y las costumbres y cuando regresé ya era peor estar allá que acá. Pues regresé y la entrada ahora fue un poquito más fácil porque ya hablaba algo de inglés y el coyote que agarramos me puso enfrente, al lado de él que iba manejando, nada de incómodo como los pobres que van en la cajuela. Ya estando acá, quise agarrar trabajo como antes pero ya no tuve la misma suerte que había tenido, ahora tuve oportunidad de trabajar con un jardinero pero ganaba mucho menos que en el primer trabajo, entonces cuando recibía el cheque cada semana se me hacía muy pero muy poquito porque yo estaba impuesto a ganar mucho más que eso; mis cheques eran ahora como de a 180 a la semana, no ajusta casi para nada. Entre los aciertos que tuve, nunca voy a olvidar que me decía mi hermano:

-Saca tu licencia, ahorita es fácil, no te piden el número de seguro social, aprovecha porque después va a estar bien trabajoso. Fueron sabias sus palabras, hice un intento en el examen escrito y no lo aprobé, pero al segundo sí, lo mismo en el de manejo, no pasé a la primera y la segunda, como dicen: de panzazo, pero sí la logré, pues eso fue lo que me sirvió para agarrar la chamba porque necesitaban un chofer y yo la libré con el papelito. Después inclusive, la licencia me sirvió para obtener un número de seguro social, fue al revés, en ese tiempo así lo pude hacer.

Otro trabajo que agarré fue con el papá de mi esposa que en aquel tiempo nada más era mi novia, él compró una carnicería que estaba al otro lado del restaurant que es actualmente mi negocio; era carnicería y luego se cambió a pastelería pero el primer local cuando yo lo conocí era carnicería.

Empezamos mal porque en la esquina nos pusieron una tienda grande que vendía lo mismo que nosotros pero más barato, me imagino que el que vendió lo hizo porque ya sabía algo de eso porque en cuanto abrimos, se nos pusieron casi enfrente aquellos. Vendían también verdura barata y la gente si iba por carne también compraba verdura o al revés si iba por verdura terminaba comprando carne ¿para qué venía con nosotros si ya traía allá la verdura y la carne de ellos estaba más barata que la de nosotros? Empezamos no muy bien por esa circunstancia. Aguantamos como tres meses hasta que dijo mi suegro:

-No queda de otra, cerramos.

Y cerramos la carnicería. Mi suegro compró una tina, harina y las demás cosas que se necesitan para hacer churros y comenzamos con eso, hicimos churros. Me enseñó a hacerlos, hacíamos un bulto de masa, luego agarraba él la mitad y yo la otra mitad y fui agarrando práctica. Ya hacíamos churros pero ahora había que venderlos, si los ofrecíamos nada más ahí en el local no iba a llegar la gente a hacer cola, entonces me dijo:

-Tienes que salir a vender.

-A darle –le dije, a mí no se me atoraba nada, si había que buscar ventas, a buscar ventas.

Salí a los alrededores, primero a los templos a la salida de las misas, primero a lo cerquitas luego más lejos. La clave fue ir encontrando a los encargados o por lo menos los bien relacionados con las ceremonias, yo hablaba con ellos:

-Mira, yo traigo churros y te los puedo dejar como negocio.

-No, yo no puedo encargarme de eso, ya tengo suficiente con lo que hago aquí.

Todos decían lo mismo al principio, pero luego yo les explicaba:

-Mira, si se venden dos churros, me entregas lo de dos churros y el costo es de 50 centavos, la mitad es para ti y la otra para mí, o inclusive si los puedes vender a 75, pues 50 son para ti y 25 para mí. Tu no vas a perder, el día que vendas 20, son los que me pagas.

Les dejaba el número del biper que era lo que en ese tiempo se usaba, no teníamos celulares, entonces me mandaba mensajes mi suegro:

-¿Oye, dejaste churros en el templo de San Gabriel?

-Sí, dejé 100.

-Pues hablaron que quieren otros 100

La cosa iba bien y creciendo, yo no le sabía a eso pero se nos estaba presentando mejor el panorama en esto que en la carnicería. En lo que sí le batallé un poquito fue en que no podía uno dejar de trabajar los sábados y domingos porque eran buenos días de ventas y a mí me gustaba mucho el fútbol. En una ocasión nuestro equipo llegó a la final y no encontraba yo cómo salirme del trabajo sin avisarle a mi patrón, entonces inventé:

-Oiga, me hablaron de la iglesia fulana que llevara cien churros –era una cerca del campo de fútbol.

Llegué y jugué medio tiempo y rápido que me cambio y me iba a regresar corriendo a la chamba y me vio el dueño de la Liga que se llama Jesús Miranda:

-Oye ¿pues a dónde vas?

-A vender churros.

-No, no, no, que churros ni qué nada, a jugar, estamos en la final.

-Es que es mi chamba, no puedo dejar porque sino me corren.

-Mira, me dieron el contrato de las ventas ahora que vienen a jugar las Chivas y el América aquí a Los Ángeles, te encargo mil churros pero quédate.

-¿Mil sería el contrato?

-Sí, pero lo quiero de tales medidas.

-Claro, así te los preparamos y te los damos a 25 centavos.

-Entonces que sean 3,000 de una vez.

-Bueno, pues estamos tratados.

Con esa buena noticia me quedé a terminar mi partido de final. Hice de cuenta que repiqué y anduve en la procesión porque quedamos de campeones, me fue bien en las dos cosas.

-El lunes te hablo para hacer el contrato –me dijo, era domingo el día que jugamos, entonces al otro día ya íbamos a dejar todo amarrado.

Me regresé a la chamba, ya tarde pero regresé y le dije a mi suegro:

-¿Sabe qué? Le eché mentiras.

-¿Cómo que mentiras?

-Sí, es que le dije que me encargaron 100 churros en el templo fulano pero no era cierto, me fui a jugar fútbol, pero me encargaron 3000 churros para tal día que va a haber un partido importante en Los Ángeles.

-Pues estuvo bien el negocio, pero ahora me metiste en otro problema ¿cómo hacemos 3,000 churros a mano? –Me dijo-, vamos a tener que ir a comprar una máquina.

Entonces él se entusiasmó y se endrogó con una máquina para batir. Al otro día como quedamos, me habló el mentado Jesús Miranda:

-¿Sabes qué? Que no vamos a querer siempre 3,000 churros.

-¿Cómo?

Mi suegro vio cuando estaba contestando y notó algo, seguramente me puse verde porque con la cara que yo le vi, ya me imaginó cuál fue la que me había visto a mí.

Yo lo veía a él y luego volteaba a ver la máquina, luego a él y luego a la máquina así como por instinto. Entonces me dijo mi suegro:

-Pásamelo

Y es que algo malició por la expresión que yo puse.

-Oiga señor, no me puede hacer eso, yo me endrogué comprando una máquina para no quedarle mal a usted sin conocerlo ¿cómo nos va a hacer eso usted a nosotros?

-No, señor, espéreme, es que no quiero 3,000, quiero 10,000.

-Pues no le creo –le dijo mi suegro, con la cara que me vio ya no creía en nada- mire, para creerlo, mándeme ahorita un depósito de mil dólares.

-En dos horas llega mi hijo ahí con ustedes con los mil dólares.

Y nos esperamos hasta que llegara el dinero porque con el sustito, no podíamos confiar ahora que iban a ser más. Sí, llegó el chavito con el dinero, y a trabajar. Yo me llevaba una *troquita* al estadio y llegaba hasta el copete, bien llena de churros. Nos fue muy bien con él, le trabajamos bastante tiempo, pero igual que en mi primer trabajo, empezaron a llegar demandas por las Uniones y esas cosas. No es que hubiera quejas por lo de los churros sino que le pusieron muchos requisitos para organizar los partidos que él hacía y tuvo que cancelar. Él tiene un restaurante, nunca se fue a la quiebra sino que dejó de organizar partidos por todas las cosas que le pedían, y ahí la llevamos también nosotros de pilón. Esto fue en 1995, porque cuando empezamos fue en 1994 y dimos un buen levantón con eso de la venta en los estadios.

Luego, mi novia empezó a hacer pasteles, ya no eran nada más los churros y también una señora de Puebla nos empezó a comprar tamales y tortas, entonces nos pusimos a vender lo que nos pedían, ya no eran nada más churros, se hizo buena variedad; la que yo creo nos pegó más fue la jericalla porque la vendíamos por mayoreo y nos hacían pedidos grandísimos. Hubo noches que las trabajamos enteras, eran ollas y ollas y ollas de producto para hacer las jericallas, los pedidos eran enormes. Mi esposa tomó unos cursos de decoración para hacer pasteles de boda, de cumpleaños, de lo que nos pidieran. Luego me tuve que traer a mis hermanos a trabajar aquí porque era imposible abastecer todo lo que nos pedían. Me traje de Yahualica a una hermana menor y otra mayor que yo a que trabajaran conmigo, entraron con pasaporte; entonces le cambiamos de trabajar en carnicería a pastelería. Mi hermana y mi novia eran las principales responsables de la pastelería, en algún momento pensamos en eliminar lo de los churros porque ya hasta nos estorbaba, fue el que nos dio de comer buen tiempo y lo eliminamos, no era lo mismo hacer pasteles grandes que los pedacitos de churro; nos dedicamos un buen rato nada más al pastel y la jericalla que era lo que veíamos que nos dejaba un poquito más. Le trabajábamos día y noche porque no queríamos quedar mal con los distribuidores, era una de estar sacando cajas y cajas y cajas de jericallas. Entonces yo pensé, pues ahora tengo que encontrar lo mío, ya nos fue bien en conjunto, pero ahora tengo que hacer lo mío nada más, que nos siga yendo bien, pero ahora cada araña por su hebra. De las jericallas ya mandábamos para Las Vegas, para San José, es decir, lejos, nos superó con mucho nuestro campo que era al principio las cercanías.

Me puse de acuerdo con mi suegro y nos separamos, él no quería que me fuera pero yo necesitaba ganar más dinero, el me decía:

-¿Como cuánto más?

-Pues más.

-¿Pero cuánto?

-No, pues ya nos fue bien, ahora quiero hacer lo mío. Yo me quiero salir de con usted, pero quiero salir bien, ya tengo mi buen sueldo, si quiero me puedo dedicar a supervisar sin ponerme yo a trabajar, pero quiero lo mío, algo que dependa nada más de mi persona. Para eso, ya me había casado con su hija, ya éramos familia de veras, no antes que había el compromiso de novios pero que es muy diferente a cuando ya está uno casado. En una de las inauguraciones y que hasta bendecimos el negocio porque ampliábamos y metíamos cosas nuevas, se hizo una comida y toda la ceremonia, entonces fue cuando le pedí a mi ahora esposa que si nos casábamos. Tenemos 17 años desde el matrimonio y tenemos una niña y dos niños. Entonces ahora el problema con mi suegro no era que yo me iba, sino que me llevaba todo: mi esposa y mi hermana eran las decoradoras, entonces platicando y buscando soluciones, le dije:

-Déjeme a mí vender churros, a buscarlo por donde empezamos y de esa manera no me voy, acomodamos el local y hacemos todo, pero que lo mío sean los churros.

Empecé a encontrarle mercado a los churros y fue necesario comprar otra freidora, ya no cabía en el espacio que nos habíamos acomodado. Al contrario de lo que uno podría pensar, cuando entró la recesión fuerte aquí en Estados Unidos, fue cuando mejoró el negocio conmigo, me imagino que como mucha gente perdió su trabajo, una buena opción era vender churros, y se vendían. Yo tenía tres o cuatro vendedores con sus carritos, pero se fue ampliando, me fueron llegando muchos pedidos. Mandé hacer cajitas especiales con mochilitas que les cabían 100 churros exactamente. Las dos freidoras no fueron suficientes tampoco, entonces yo recibí mi aumento de sueldo fuerte y seguía recibiendo lo que me pagaba mi suegro como habíamos acordado; compré la tercera freidora y ahí me cayó el veinte ahora sí de que ahí no cabía.

Le metí un sistema por medio de mangueras que hacen presión y mueve uno las máquinas rápido de un lugar a otro, entonces para acomodar todo lo que yo había ido comprando y que ya no cabía, lo íbamos acomodando rápido, me llevaba a lo máximo 5 minutos acomodar todo el equipo de un lugar a otro para caber.

Para ese momento ya tenía cuatro freidoras y de haber empezado con tres vendedores llegué a contratar hasta 25 ó 30, con la recesión subieron muchísimo mis ventas, de vender docenas pasé a miles. Llegué a preparar 115,000 churros en una semana, tengo fotos de los montones de costales que tenía para preparar. Mi suegro se había puesto como meta retirarse a los 55 años de vida, y sí, hace dos años que ya dejó la chamba, tiene actualmente 57. Yo le seguí luego con el restaurant, pero no porque me lo hubiera puesto como plan, eso no era lo mío, un cuñado que tengo sí le gusta el giro de los restaurantes pero yo caí en esto de pura casualidad.

Cuando regresé a Yahualica encontré que ya había cambiado mucho, observé que existe mucha vanidad, ahora se compite para ver quien tiene mejores casas, quien viste mejor, quien tiene los mejores carros. Cuando me empezó a ir bien aquí en los negocios, íbamos a Yahualica a visitar la gente y por medio del fútbol nos pusimos en contacto con unos maestros y hacíamos algunas donaciones, un amigo y yo le donamos un uniforme a una escuela, luego nos pidieron cosas grandes, me dijo mi amigo:

-Vamos a donarles un camión.

Yo no estuve de acuerdo porque no implicaba solamente el regalo del vehículo, sino lo que hay alrededor también, yo le decía a mi amigo:

-¿Y quién lo va a manejar, cómo vamos a hacer para darle mantenimiento? No, eso es complicado. ¿Por qué no hacemos mejor un club aquí en Los Ángeles donde trabajemos todos juntos? Podríamos juntar más dinero y hacer las cosas mucho mejor.

Así fue, hicimos un club que se llama Yahualica-Los Ángeles, la forma en que iniciamos para recabar fondos fue organizando bailes y la clave que utilizamos fue que no se tocara el dinero de las familias, porque luego nos preguntaban:

-¿De a cuánto va a ser la cooperación?

-De a nada, solamente les pedimos su tiempo, no queremos que saquen dinero del gasto familiar para entregarlo al club. Les pedimos que vayan a disfrutar con su familia, que bailen, coman y platiquen con los conocidos del pueblo, así con eso están cooperando. En lugar de asistir a un baile a otro lado, que hagan lo mismo pero con eso apoyan para la causa de nuestro pueblo y además se divierten.

Pero siempre hemos querido que no se les pida cooperación como se hace en otros lugares porque luego enfadan a la gente y dejan de aportar, es mejor que lo vean como un buen momento para el disfrute y la vida en familia aprovechando para saludar a los amigos que no fácilmente encuentran en la calle aunque vivamos aquí cerca. Inclusive, sin que nos lo hayamos propuesto, nos ha servido mucho porque ya en la plática y sabiendo a qué se dedican los amigos del pueblo, salen chambitas.

Hicimos un evento el 6 de agosto y logramos reunir a 600 personas, yahualicenses todos, me traje un ballet de allá del pueblo, les arreglamos sus visas, vinieron 26 personas en avión. Yo todavía no abría el negocio del restaurant cuando me visitó la maestra para pedir ayuda.

-Maestra –le dije aquí sentados en una mesa-, yo tengo cero pesos ahorita, pero siento como una obligación que les enseñemos a los jóvenes que no todo es violencia, debemos darles el ejemplo de que las cosas se pueden hacer si tiene uno voluntad.

Empezamos en el local del restaurant a hacer lo que aquí le llaman Poker-night que consiste en reunirse después de cerrar el negocio, hacíamos botanas, vendíamos licor entre nosotros, jugábamos baraja y todo era para recabar fondos para traer el ballet folclórico de la maestra. Hicimos un torneo y siempre del dinero que se sacaba era para destinarlo a los gastos que iban a necesitar los muchachos para venir. Pero cuál fue la verdadera razón que me motivó para hacer ese evento, principalmente porque hay muchas gentes de mi pueblo que tienen aquí de 15 a 20 años queriendo ir al pueblo y no han podido porque no han podido arreglar, entonces traer gentes de allá que por fuerza algunos son sus parientes, fue una labor que yo creo tuvo sus buenos resultados. Llenamos en esa ocasión el local y la gente contentísima, tanto la de allá como la de aquí; los que no han podido ir porque tuvieron la oportunidad de platicar con sus gentes y enterarse de las novedades allá en el pueblo, y los de allá porque muchos de ellos nunca habían viajado y venir al norte y platicar con sus familiares, amigos y vecinos, fue una experiencia muy buena. Mi club tenía prácticamente tres meses de haber iniciado y la gente andaba ya muy contenta. En total fueron como 35 mil dólares lo que reunimos; ya compramos el camión que vamos a llevar ahora en noviembre y llevamos como 9 mil dólares para donarlos a la gente que más lo necesita.

Cuando estuvimos en reunión nos acompañó el presidente municipal y nos decía que traíamos porra, sí, había mucha gente que quería ayuda pero no alcanzábamos para todos, les ayudamos a unos grupos de señoras ahí también para que compraran algunas máquinas y a otras unas bolsas con mandados para que iniciaran algún negocio, pero no se podía para todos. Algunos niños no podían ser atendidos porque no tenían 500 pesos para unos estudios, aquí son menos de 50 dólares, entonces sí se les pudo echar la mano. Aquí en Los Ángeles, bendito sea Dios, los niños sí tienen el apoyo porque hay programas, pero allá sí están solitos. Nuestro club pertenece a lo que aquí se llama la Federación Jalisco, nos reunimos una vez al mes, yo soy nuevo en esto pero ya asisto a las juntas. Allá existe lo que le dicen el Programa del 3 X 1, pero nosotros somos netamente humanitarios, no aportamos para construir carreteras ni esas cosas, nos hemos centrado como en estos casos de la señora, del niño, de los grupos de trabajadores; no arreglamos calles, cuando podemos, se lo damos directo a la persona que lo necesita.

Mi interés final es regresarme a Yahualica, quisiera comprarme un terrenito por allá, ahora que fui eso me quedé pensando, sí me llama la atención, aunque ahorita la situación está difícil, si llega uno con algo de dinero para comprar, se dice que andan los Zetas y podría tener unos problemas. Yo no tengo dinero porque todo lo he invertido, pero de poder comprar sí que me gustaría, me encantan las rancherías, el cielo es diferente allá, sería bonito tener ganado allá, bueno, como un plan a largo plazo. Acá se escuchan pláticas de que les imponen cuotas los mafiosos a la gente que trabaja, que van por una cantidad mensual por supuesta protección y a lo mejor hasta es bueno pagarla para evitar violencia.

Yo pude obtener la ciudadanía por parte de mi esposa y ella a su vez se pudo hacer ciudadana americana porque su hermana nació aquí, entonces cuando nos casamos, hicimos el trámite. Eso fue, lo mío, en el año 96, digamos el inicio, porque se debe esperar por un plazo como de cinco años, así fue en mi caso. Cuando obtuve los papeles de residencia legal, esperé el tiempo necesario y luego hice una aplicación para obtener la ciudadanía. Mis suegros hicieron el trámite casi juntos conmigo, ellos tampoco eran ciudadanos y los llamaron muy pronto. Yo me preparé muy bien para el examen, aprendí muy bien las preguntas que hacen de historia, sobre las ramas de la política, sobre todos los aspectos. Pero ya el día del examen me tocó un morenito para hacerme las preguntas y la cosa estuvo medio complicada.

Haciendo un balance, creo que aquí me ha ido muy pero muy bien, las cosas malas, las hago a un lado, esos son siempre mis pensamientos. Una cosa que no he podido lograr de aprender bien el inglés es el saberlo escribir por la falta de tiempo.

Una de las cosas por las que yo estaba un poco nervioso fue que en una ocasión entré en el aeropuerto de Los Ángeles con un acta falsa y dicen que esas cosas pueden salir cuando uno hace el trámite de ciudadanía, era lo que yo pensaba que me podría complicar un poquito. Y todo empezó desde antes, cuando estuve en el aeropuerto de Guadalajara; no sé a razón de qué, me habían dicho que debería uno traer cuatro identificaciones, entonces yo llevaba todo eso cuando iba a Yahualica y en el aeropuerto me dice el de migración, allá en México:

-¿Traes identificación?

-Sí, le mostré varias y también un acta de nacimiento.

-No –me dijo-, tú no pasas, hazte para allá.

Me mandó a un cuartito.

-Vienes más chueco que nada *mano* –me dijo.

-¿Ah sí y por qué?

-Mira, de todas estas identificaciones, traes la misma camisa.

-Bueno ¿qué me pediste cuatro identificaciones o cuatro camisas diferentes?

No era posible que en el mismo país de uno lo quieran tratar mal, ni modo que estuviera entrando mal a mi lugar de nacimiento, se necesitan papeles para entrar acá, no para regresar a México.

-A mí nunca me dijeron que cuando me tome fotografías para identificaciones debo ponerme camisas diferentes –le peleaba yo mucho al oficial, yo estaba en mi país y estaba entrando derecho, sentía como una humillación que hasta allá lo trataran a uno como delincuente- me puse esa camisa porque es mi dominguera. Para otra ocasión si quieren que traiga cuatro identificaciones con fotos diferentes, se las traigo diferentes.

No hubo ya problema de nada, pero luego vino algo fuera de lo común en Los Ángeles, ahí también me mandaron a segunda revisión por mis documentos que presentaba y ahí sí traía un acta chueca, pero ya me defendía bien hablando inglés, pues me la jugué. Yo debía mostrar firmeza, eso sí. En esa ocasión le dije al oficial:

-Ya sé cómo te llamas, hazme lo que quieras pero luego te voy a mandar hablar yo a ti, no como ahorita. Lo que pasa es que me estás discriminando porque soy latino.

Las actas de nacimiento son documentos oficiales pero algo le llamó la atención al oficial y me hacía muchas preguntas, pero como yo ya había vivido y trabajado aquí, ya sabía de muchas cosas, entonces, con preguntas no me podía agarrar, lo que yo sí tenía que hacer era aferrarme a que era mi acta de nacimiento.

Cuando estaba en un cuartito ahí, llegó un muchacho y me preguntó:

-¿De dónde eres?

-De Guadalajara.

-Ah, entonces somos paisanos, yo también soy de allá. Mira, ya vimos que no es tu acta de nacimiento, pero nada más porque eres mi paisano, te vamos a devolver en el avión a Guadalajara. Generalmente de aquí los mandamos a donde sea, a Tijuana, a Guaymas, a donde sea, pero como eres mi paisano, te vamos a mandar directo a Guadalajara.

-¿Ah sí? Pues mira, a ti y a aquel otro y a aquel otro, les voy a meter un abogado para que me paguen las que me deben; a todos menos a aquel güerito que se ha portado bien, pero a todos ustedes les voy a meter un abogado para ponerlos ahora del otro lado. *Compa* –le dije- llegué a las dos de la tarde y son las ocho de la noche y aquí estoy lidiando con ustedes porque lo ven a uno chiquito por ser latino.

-¿En qué trabajas?

-No vengo a trabajar, vengo a estudiar a mi país y si me llevas a Guadalajara, yo me regreso porque este es mi país. Yo no tengo la culpa de que mi papá me hubiera llevado muy chico a México, pero aquí están mis documentos; ahora resulta que allá también soy ilegal, lo que me faltaba.

-Dame dos números de teléfono entonces para llamar, que sean tus familiares –me dijeron en forma intimidatoria.

Se los di y me dijeron:

-Pues márcales.

-Mira, yo nunca he venido, no sé cómo se le marca a esta cosa.

Entonces hablaron ellos y preguntando por mí, entonces les contestaron:

-Sí, es mi sobrino, lo estamos esperando desde las dos de la tarde ¿qué pasó?

-No pasó nada, ahorita mismo se va.

Entonces el americano, el que yo les había dicho que era el único que se había portado bien, me avisó:

-Ya, que te vaya bien.

Aquí les importa mucho que uno siempre diga la verdad, por ejemplo, cuando obtuve la ciudadanía yo les dije que una vez entré de manera ilegal, es decir esta que comento porque entré con un acta que no era mía, también les dije que había trabajado con número de seguro social chueco.

Todo eso les dije y nunca hubo problema, en lo que sí hubo molestia fue cuando le dije que si me podía hablar más bajito. También les comenté que estuve en la cárcel; es que llegué bien bravito de allá, yo tomaba desde los catorce años y aquí me metieron en cintura muy pronto. Como a los cinco meses de que llegué aquí, yo andaba manejando tomado, sin licencia y menor de edad.

Me metieron a programas, aquí sí funcionan; tengo mis manos con muchas cicatrices, yo tomaba mucho, fumaba, pero lo que sí nunca hice fueron ni las drogas ni los tatuajes, eso no lo consiento. Yo dejé el trago a los 18 años de edad, lo dejé muy chico.

Me metieron a la cárcel 10 días pero aparte tuve que participar en un programa durante 30 días y hacer labores comunitarias, tuve que recoger 30 firmas, era una diaria, luego me pasaron con el juez, como había manejado borracho, me pusieron una multa de 1,200 dólares y no tenía dinero, entonces lo pagué con trabajo de ese que le llaman: servicio a la comunidad, ahí trabajé 12 días limpiando el *freeway* de a ocho horas diarias. Por no volver a pasar un trago como ese, no lo volví a hacer nunca y no solo por las multas y el trabajo, sino porque el programa es exageradamente aburrido, está uno escuchando por fuerza todas las exposiciones. Eso fue un día cinco de mayo del año 95, porque me acuerdo bien que el ticket decía cinco-cinco-cinco. Pues desde esa fecha, si por algo ando tomando, no manejo, ese programa no lo vuelvo a pasar; una friega, aburrido hasta la madre. Entonces cuando me preguntaron:

-¿Has estado en la cárcel?

-Sí.

-¿Cuáles fueron las razones?

-Porque manejé tomado.

-¿Recuerdas cuándo fue?

-Sí, no se me olvida, fue el cinco-cinco-cinco.

Les dije toda la verdad así como me lo pidieron. También les llevé todo el récord de los pagos al seguro social que había hecho. He sabido de amigos que han tenido problemas porque no dicen la verdad, dicen que no en algunas cosas y luego sale en el récord y ahí sí que tienen problemas. Yo me hice a la idea y pensé, bueno, pues si me la dan bueno y si no, pues ni modo, pero yo voy a decir la verdad. Siempre he tenido la ilusión de trabajar bien en este país y prosperar.

Ahora voy a votar y todo, en México nunca voté, tenía 14 años, no se podía, que contradicciones, aquí es donde he votado. Mis planes para futuro son el que pueda crear una franquicia, ojalá y algún día pueda lograrlo, si tengo franquicias de mis productos me va a ir mejor, pero es desde luego a largo plazo. Con mis hermanos me sigo ayudando mucho, una de ellas está aquí como a cuatro cuadas y cuando algo se necesita de aquí para allá o de allá para acá, nos apoyamos. Por ejemplo se le descompuso su horno hace unos días y está preparando sus mercancías aquí conmigo. Inclusive a mi competencia le echo la mano cuando se puede, aquí en la esquina están unos y yo les enseñé que siempre hay que ayudarnos.

Aquí sí hay muchas más posibilidades para salir adelante, si uno anda derechito y es trabajador le puede ir muy bien; es cierto, los latinos somos más flojitos y nos gusta tirar la basura en las calles, dejamos muchas cosas al aventón, en los parques si vemos basura no la juntamos. A mí me gusta ser muy cumplidor, que nos citan a una reunión de la escuela, pues ahí estoy de los primeritos, yo sí soy muy cumplido en eso. Nosotros no somos unidos, los americanos son más cumplidos que nosotros, nos falta avanzar en eso. Lo de mi pasión por el fútbol, se fue perdiendo, a mi hijo el varón, el de en medio, dice que no le interesa, mi hija sí, ella fue a jugar a Hawái este año y quedaron en segundo lugar, ahora van a ir a Costa Rica, iban a ir a España pero lo cancelaron por lo de los costos. Al más pequeño parece que sí le está gustando mucho. Yo, incluso cuando me casé, jugaba el domingo y entrenaba los martes y los jueves, y a veces jugaba viernes y sábado, toda la semana era fútbol.

Cuando éramos novios mi esposa y yo, planeamos que cuando nos casáramos no tuviéramos hijos durante dos años; estuvimos como novios durante ocho años. Todo lo que tengo se lo debo a ella, yo siempre fui un desorden; mi madre, mi padre, mis hermanos y sobre todo mi esposa lucharon mucho por mí porque yo andaba torcido. Hubo ocasiones en que cuando se dictaba la Ley Seca, un grupo de amigos comprábamos alcohol y nos metíamos a un hotel desde un día antes para no dejar de tomar. Éramos tremendos, nos sacaban al otro día todos tomados. Pero yo tengo bien experimentado por carne propia que sí se puede cambiar, si uno quiere, puede cambiar. Todavía en mi pueblo hay gente que me ve con mi familia y no lo puede creer, pensaban que iba a vivir todo el tiempo borracho y sin orden; aparte, era exageradamente peleonero. En pocas palabras: era una cosa echada a perder.

Yo no quiero desaprovechar las oportunidades porque la vida del mexicano es muy diferente a la del americano; aquí, ellos compran su casa, buscan un trabajo donde haya un buen seguro y los sábados y domingos no te los trabajan ni a balazos. Muchos de ellos compran su *Motor-home* para pasear los sábados y domingos, y nosotros no. Yo trabajo todos los sábados y domingos. Aquel negocio, el de la pastelería, gracias a Dios ya corre solo, tengo muy buenos trabajadores, pero mis hijos sí me reclaman porque no estamos más tiempo con ellos.

Yo considero que no tengo fortuna ni nada, pero sí con abundancia, tengo una buena familia, me la llevo bien con mi esposa, mis hermanos. Creo que ser positivo en todo ha sido lo que me ha funcionado; para todo tengo la risa, soy bueno para contar chistes y eso a todos nos divierte y ahora leo mucho.

26.2 Conclusiones

Los trabajos cuantitativos que versan sobre migración, generalmente presentan resultados globales provenientes de encuestas y se enfocan a exponer por ejemplo cuál es la escolaridad promedio de los migrantes, si cruzaron la frontera con documentos o si lo hicieron de manera ilegal, cuál es su región de procedencia, porcentajes de mujeres y hombres, si fueron repatriados o si regresaron por su propia voluntad, cuál fue su situación laboral, cuánto fue el monto de las remesas que pudieron enviar durante el año, etcétera.

Un trabajo cualitativo, por ejemplo utilizando la metodología de las historias de vida, se enfoca a la persona y no al promedio de las multitudes. Sus alcances son, obviamente, muy diferentes, mientras que en los trabajos cuantitativos se establecen los promedios para darnos una idea con los indicadores, en los cualitativos se conoce a profundidad lo que hace una persona o un pequeño grupo de personas pero no se pueden extrapolar los resultados.

En el caso que presentamos a manera de resultados se puede entrever cómo el análisis de la vida de un solo sujeto nos permite analizar distintos ámbitos de la naturaleza humana que desde un estudio cuantitativo no habríamos podido analizar tan fácilmente: el por qué dejar el alcohol a los 18 años de edad, la importancia que tuvo su afición por el fútbol para el desarrollo de su negocio y la conformación de clubes de migrantes con propósitos más allá de los económicos. Sin duda, es necesario recurrir a los estudios de tipo cualitativo y rescatar las historias de vida para tener una mejor comprensión del fenómeno migratorio en general.

26.3 Bibliografía

Alarcón, R. et al. (2009). La crisis financiera en Estados Unidos y su impacto en la migración mexicana. *Migraciones internacionales* 5.1, pp. 193-210.

Arias, P. y Durand, J. (2011). Visiones y versiones pioneras de la migración mexicana. Manuel Gamio, Robert Redfield y Paul S. Taylor. *Historia Mexicana*, pp. 589-641.

Castaneda, C. (2000). *Las enseñanzas de Don Juan: una forma yaqui de conocimiento*. México: Fondo de cultura económica.

Durante, J., Estrada, M. y Labazée, P. (2007). Nuevos escenarios geográficos de la migración mexicana a los Estados Unidos. En: *Globalización y localidad: espacios, actores, moviidades e identidades*. México: Publicaciones de la casa.

Lewis, O. (2012). *Los hijos de Sánchez. Autobiografía de una familia mexicana*.

México: Fondo de Cultura Económica.

Quintero, R. y Zenteno, M. (2006). Pobreza, marginación y migración mexicana a Estados Unidos. En: *Panorama actual de las migraciones en América Latina*, 161.

Thomas, W. y Znaniecki, F. (2004). *El campesino polaco en Europa y en América*. Vol. 3. CIS, 2004.

Violencia en la preparatoria hacia los estudiantes

Yolanda Cortés, Mónica Guevara y Guadalupe Antúnez

Y. Cortés, M. Guevara y G. Antúnez

Universidad Autónoma de Guerrero. Unidad Académica de Psicología, Av. Ruíz Cortínez s/n col. Altamira, Acapulco, Gro. C.P. 39610
emcody@live.com.mx

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

The purpose of the research was to determine the extent of gender violence in high school students in the UAGro Acapulco, to contribute to the prevention, care and solution this problem. It is a quantitative study, a survey was applied. The results provide significant data on domestic violence situations that are occurring in the in high schools, the students live harassment and / or sexual harassment and the institution does not address this problem substantially.

27 Introducción

La investigación: diagnóstico, análisis y propuesta de atención a la violencia de género, en mujeres estudiantes de las Unidades Académicas del Nivel Medio Superior, en Acapulco, de la Universidad Autónoma de Guerrero, UAGro, que por fines de ajustes a la misma quedó como “Violencia de género en el Nivel Medio Superior de la Universidad Autónoma de Guerrero-Acapulco”, se desarrollo de Julio del 2012 a Marzo del 2014. El equipo investigador son las integrantes del CA: Psicología Clínica con LGAC: La psicología Clínica desde la perspectiva de Género en la Prevención y Tratamiento de la Violencia de Género.

Nuestra finalidad fue conocer la dimensión de la Violencia de Género en las estudiantes del Nivel Medio Superior de la Universidad Autónoma de Guerrero en Acapulco, para contribuir en la prevención, atención y solución de esta problemática en las preparatorias de la UAGro.

El objetivo general consistió en: Conocer los índices de violencia de género en las estudiantes que existen en las preparatorias de la UAGro en Acapulco y los recursos que se aplican para prevenirla, atenderla y erradicarla en esas Unidades Académicas.

Las preguntas de investigación son:

1. ¿Cuáles son las expresiones de formas que registra la violencia de género en las estudiantes?
2. ¿Qué situaciones de Violencia de Género se presentan en las estudiantes?
3. ¿Qué medidas de prevención, atención y sanción en relación a la Violencia de género aplican las Unidades Académicas del Nivel Medio Superior que ayudan a la disminución de la violencia de género en sus espacios universitarios?

El contenido crítico del estudio no se limita a la visibilización de esta problemática, nuestras perspectivas pretenden, que de acuerdo a los resultados del estudio, la administración actual de la UAGro cree acciones para la prevención, atención y erradicación de la violencia de género en sus diferentes unidades académicas y demás áreas que la constituyen. Al centrarnos en la violencia de género en las preparatorias, nos ubicamos sobre las formas de relación entre hombres y mujeres al interior de las mismas. Partimos de la definición dada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 1993) en su Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer, en su artículo 2, inciso b señala como forma de violencia contra la mujer:

b) La violencia física, sexual y psicológica perpetrada dentro de la comunidad en general, inclusive la violación, el abuso sexual, el acoso y la intimidación sexuales en el trabajo, en instituciones educacionales y en otros lugares, la trata de mujeres y la prostitución forzada. (ONU, 1993 p. 2)

En la misma Declaratoria mencionada, establece en su artículo 4, inciso j

Adoptar todas las medidas apropiadas, especialmente en el sector de la educación, para modificar las pautas sociales y culturales de comportamiento del hombre y de la mujer y eliminar los prejuicios y las prácticas consuetudinarias o de otra índole basadas en la idea de la inferioridad o la superioridad de uno de los sexos y en la atribución de papeles estereotipados al hombre y a la mujer; (ONU, 1993 p. 3).

A partir de esta definición que plantea la violencia de género como problema público, y no exclusivamente asignado a la esfera de lo privado, por violencia de género en las preparatorias consideramos, parafraseando a Mendoza (2011), cualquier tipo de violencia física, sexual y psicológica realizada contra las mujeres en función de su género y que se presenta al interior de la comunidad de las preparatorias, tanto dentro, como fuera del espacio físico de la misma. Además, por comunidad de las preparatorias se incluye a todos los miembros de esta institución como estudiantes, profesorado, personal de administración y servicios. En México, la Ley de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (2007) exige el desarrollo de programas educativos a todos los niveles de escolarización que promuevan la igualdad entre los géneros y una vida libre de violencia para las mujeres. En el Estado de Guerrero la Ley número 553 de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia del Estado Libre y Soberano de Guerrero (2008 p. 13) en el capítulo III Violencia laboral y escolar, artículo 23 dice que constituyen violencia escolar:

...aquellas conductas que dañen la autoestima de las alumnas con actos de discriminación por su sexo, edad, condición social, condición étnica, académica, limitaciones y/o características físicas, que les infligen profesores, profesoras, el personal administrativo, directivo, prefectos, compañeros o cualquier persona que labore en el centro escolar.

En el Artículo 24 define el hostigamiento y el acoso sexual de la siguiente forma: ...es el ejercicio del poder, en una relación de subordinación real de la víctima frente a la persona agresora en los ámbitos laboral y/o escolar. Se expresa en conductas verbales, físicas o ambas, relacionadas con la sexualidad de connotación lasciva.

De acuerdo con el Informe de Sociedad Civil desde una perspectiva de género con motivo del segundo Examen Periódico Universal del Estado Mexicano (2013) la violencia de género contra las mujeres en los espacios escolares es un fenómeno que asciende y se reproduce en los centros educativos de todos los niveles. En especial en la educación media y superior faltan dispositivos de prevención, sanción y erradicación de la violencia vivida por las jóvenes, de ahí la urgencia de diagnósticos, protocolos y mecanismos de atención en la materia, así como de cumplir con las recomendaciones de la CEDAW en la materia.

El Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 plantea en relación a la educación en sus Cinco Grandes Metas Nacionales: Construir un México con Educación de Calidad; en las Estrategias Transversales: Incorporar la Perspectiva de Género en las acciones de gobierno, representa identificar brechas de desigualdad entre mujeres y hombres, tipos de violencia y de discriminación que viven las mujeres y las niñas.

En el PND se reconoce que más de la mitad de la población afronta brechas de género en todos los ámbitos y es el primer Plan Nacional que incorpora la perspectiva de género como principio fundamental. Es decir, que comprende la necesidad de realizar acciones especiales orientadas a garantizar los derechos de las mujeres y evitar que las diferencias de género sean causa de desigualdad, exclusión o discriminación.¹

La Universidad Autónoma de Guerrero, UAGro, al igual que muchas Universidades Nacionales e Internacionales ha pasado por un proceso de feminización en su matrícula.

La población estudiantil en los diferentes niveles educativos (periodo escolar, 2012-2013) fue de 74,100, de los que 39,221 corresponden a mujeres y 34,879 hombres. La población del nivel medio superior, represento 46,958 estudiantes, 22,652 hombres y 24,306 mujeres, que constituye el 63.37% de la matrícula total en la UAGro. (Anuario estadístico 2012-2013).

En la investigación sobre violencia de género realizada en las 15 licenciaturas de la UAGro situadas en Acapulco (Cortes Dillanes, Guevara Rojo, & Antúnez, Salgado, 2013) se obtuvo en una muestra de 455 estudiantes mujeres: que el 18.5% ha sido forzada a tener relaciones sexuales por compañeros, maestros, directivos y desconocidos; el 59.9% ha vivido hostigamiento y acoso sexual, por un maestro un 37.10%, un 16.30% de un desconocido y por un compañero de escuela un 16.10%.

Refieren conocer poco o nada las leyes internacionales, nacionales y estatales sobre equidad de género, un 79%, este mismo porcentaje obtienen marcando el desconocimiento que poseen acerca del derecho que tienen las mujeres a vivir una vida libre de violencia. El Plan de Desarrollo Institucional de la UAGro 2013-2017, instituye ser una Universidad de calidad con inclusión social.

El Modelo Educativo Actualizado y Académico de la UAGro, aprobado por el Consejo Universitario el 19 de Julio de 2013, plantea la perspectiva de género como eje transversal, que debe ser tomado en cuenta al elaborar los programas de estudio de las unidades de aprendizaje. (Modelo Educativo, 2013).

La Universidad Autónoma de Guerrero cuenta con pocos estudios de este tipo, a excepción del estudio que realizamos en el nivel superior del 2010 al 2012, antes mencionado, en donde los resultados son tan trascendentales y graves como en este. Se espera que las aportaciones de la presente investigación contribuyan a que la UAGro intervenga en la aplicación de estrategias institucionales para la prevención, atención y erradicación de este problema en los espacios del nivel medio superior, como en toda la Universidad.

27.1 Materiales y métodos

La investigación consistió en un estudio cuantitativo, a través de una encuesta aplicada a estudiantes mujeres de las Unidades Académicas del Nivel Medio Superior de la UAGro ubicadas en Acapulco y en una revisión documental sobre el tema. Los métodos utilizados son: analítico sintético en el planteamiento del objetivo y preguntas de investigación, de análisis matemático en el estudio de las encuestas y el histórico lógico en la elaboración de las referencias teóricas.

Se rediseñó la encuesta de la dinámica de las relaciones de género en mujeres estudiantes de Nivel Superior en la UAGro Acapulco, elaborada para la investigación del Nivel Superior en la UAGro Acapulco. (Cortés et al. 2013), que retoma las contribuciones de diferentes investigaciones de calidad científica que han trabajado la violencia de género en el ámbito universitario, y considera el contexto universitario de la UAGro.

27.2 Resultados

Los resultados revelan, respecto a la pregunta de investigación: ¿cuáles son las expresiones de formas que registra la violencia de género en las estudiantes del Nivel Medio Superior?, las alumnas manifiestan que los estudiantes, maestros y/o directivos: las ridiculizan e insultan, el 57.4% lo indica, que bromean o desprestigian a las mujeres, un 51.8%, un 50.4% señala que utilizan un lenguaje sexista, el 44% afirma que hacen comentarios sexistas sobre la capacidad intelectual de las mujeres que minimizan su rol en la sociedad.

Relacionado con hostigamiento y acoso sexual: que reciben de ellos, silbidos e insinuaciones sexuales un 57.4% lo considera, realizan rumores respecto de la vida sexual que degradan o humillan a la mujer un 40.1% lo dice, les provocan miedo de ser atacadas o abusadas sexualmente un 38.7% lo señala.

Además, reciben besos o caricias sin consentimiento el 34.5%, les persiguen reiteradamente el 29.6% lo afirman. Realizan llamadas telefónicas, correos electrónicos, cartas mal intencionadas, notas insistiendo en mantener una relación un 26.4% lo expresa; les obligan a sostener relaciones sexuales a cambio de dinero u otra cosa un 23.9%, reciben presiones para mantener relaciones afectivo-sexuales 18.3%.

Mientras que, han sido agredidas físicamente el 39.1% lo indica.

Tabla 27 Situaciones de Violencia de Género que se presentan en las estudiantes

	una vez	varias veces	muchas veces	E*	M*	P/d*	A/i*
Miran el cuerpo en forma morbosa		19.0%	13.70%	22.2%	1.8%	8.5%	
Piropos, comentarios de doble sentido		17.6%	5.60%	19.4%	2.5%		6.3%
Burlas por ser mujer		6%		.40%		.40%	7.7%
Que no estudie...“eso es para hombres”		6.60%		10.9%	1.8%		7.4%
Ponen carteles, imágenes de tipo sexual		9.20%		11.3%	1.8%		6.7%
Por ser mujer menosprecian opiniones		8.80%		10.9%	1.1%	1.1%	10.2%
Hacen sentir menos por ser mujer	10.6%	12%	1.40%	15.1%	1.1%	.40%	
Tocan, acarician sin consentimiento	10.2%	2.50%		4.2%	1.8%		7.7%
Presiones por citas fuera de la escuela	9.9%	2.50%		3.2%	2.5%	.4%	8.1%
Preguntas, burlas por vida amorosa o sexual	7.7%	4.20%		4.2%	2.5%	.4%	7.4%
Mejores calificaciones por sexo	7.0%	0.70%		.4%	1.1%	.7%	7.7%
Logros escolares: se acostaron con alguien	6.7%	3.90%		15.1%	1.1%	.40%	6.7%

Agredido físicamente	4.1%	3.50%	4.9%	.7%		7.7%	
Reciben menos oportunidades	3.5%	2.50%	6.7%	.4%		7.4%	
Represalias por rechazar peticiones sexuales	3.2%	2.50%	.7%	.4%	1.8%	7.7%	
Ingerir sustancias: abusarlas sexualmente	2.10%	2.1%	0.70%		1.1%	1.8%	7.7%
Obligado a tener relaciones sexuales	2.80%	1.10%	0.40%	2.5%	3.2%	1.8%	7.7%
	135%	79%	22.9%	132.1%	24.9%	17.7%	114.4%

(E*= Estudiante M*= Maestro P/d* Personal directivo A/i* Personal administrativo e intendencia)

El concentrado de los resultados de la tabla 1 indica respecto a los reactivos más altos señalados: miran su cuerpo en forma morbosa haciéndolas sentir incómodas, un 19% exterioriza que en una ocasión le ha sucedido en la prepa, al 13.70% varias veces, y 13% muchas veces, un 22% revela que esto se dio de parte de un estudiante y un 8.5% del personal directivo.

Las alumnas exponen que les hacen piropos, comentarios perturbadores o de doble sentido: una vez 17.6%, varias veces 12.7%, muchas veces, 5.6%, lo realizó un estudiante 19.40%, maestro, 2.5%, personal administrativo y de intendencia 6.3%. Las estudiantes consideran que han recibido burlas por el hecho de ser mujer, una vez un 15.80%, varias veces obtiene un 6%, ha sido de parte de un estudiante 14.10% y del personal administrativo y de intendencia un 7.7%.

Les hacen comentarios de que no estudien determinadas carreras, porque “eso es para hombres” el 12% que una vez, 6.6% varias veces, esto de parte de un estudiante el 10.90% y del personal administrativo un 7.4%. Las escolares declaran, que les han puesto carteles, calendarios, imágenes de tipo sexual que les molesta en pantallas de computadoras, esto ha acontecido: una vez 11.30%, varias veces alcanza un 9.2%, muchas veces, 4.2%, esto lo hizo un estudiante 11.30%, maestro, 1.8%, personal administrativo y de intendencia 6.70%.

Las discípulas manifiestan que por ser mujer, menosprecian sus opiniones o ideas, ha sucedido: una vez 11.30%, varias veces obtiene un 8.8%, muchas veces, 2.5%, lo efectuó un estudiante 10.90%, maestro y personal directivo 1.10%, personal administrativo y de intendencia 10.20%. Es relevante señalar que el total de los reactivos señalados: como una vez alcanza un 135%, mientras que el de muchas veces un 22%, estas situaciones los ha recibido de parte de un estudiante, obtiene un total, de 132.1%, y del personal administrativo e intendencia un 114%.

En relación a la pregunta de investigación: ¿Qué medidas de prevención, atención y sanción en relación a la Violencia de género aplican las Unidades Académicas del Nivel Medio Superior que ayudan a la disminución de la violencia de género en sus espacios universitarios?. Un 31% dijo que pocas veces se ha incluido el tema de la violencia de género en alguna materia de su programa educativo. El 43.30% expresa que no ha efectuado trabajos o investigaciones y un 69.40% no ha asistido a eventos organizados por su misma Unidad Académica o la UAGro donde se trate este tema. El 60.90% respondió que la preparatoria no efectúa campañas de sensibilización contra la violencia de género. El 44.70% no sabe si la UAGro tiene un espacio especializado donde se de atención psicológica, médica y se dé seguimiento a las quejas y denuncias por esta índole, mientras que el 45.8% dice que no existe.

De acuerdo a la opinión de un 39.7% la UAGro no realiza campañas de prevención, atención de la violencia de género y no efectúa sanciones contra los ejecutores y un 47.9% no sabe si eso existe. Un 37.70% refiere conocer poco sobre las leyes internacionales, nacionales y estatales sobre equidad de género y un 26.8% nos dice que nada. Con relación a leyes internacionales, nacionales y estatales sobre el derecho que tienen las mujeres a una vida sin violencia un 43% refiere si conocer mucho al respecto, y un 49.7% expresa que no.

27.3 Análisis y discusión de resultados

Todos estos datos son significativos de situaciones de violencia de género que se han presentado en las preparatorias de la UAGro en Acapulco, las estudiantes viven hostigamiento y/o acoso sexual. Estos resultados nos revelan una ausencia de contenidos sobre prevención y sensibilización contra la violencia de género en el currículo de Planes y Programas de Estudio, en el Plan de desarrollo institucional. En los espacios y en las relaciones de la comunidad universitaria, no se están aplicando las exigencias derivadas del marco de protección para la igualdad y no violencia contra las mujeres.

A fin de disminuir la brecha entre los géneros que ocasiona la violencia, es necesario incluir la prevención de la violencia de género, los alumnos y el personal que carece de esta formación tienen una mayor disposición a creencias y actitudes relacionadas con agresiones de género. (Cortés, Guevara & Antúnez, 2013). La institución y su comunidad universitaria es cómplice silencioso del abuso y violencia contra las estudiantes al hacer nada o poco al respecto.

27.4 Conclusiones

Esta institución necesita desarrollar medidas de prevención y atención a las afectadas, así como medidas disciplinarias para las personas que cometen estos actos. Inclusive requiere aplicar políticas y programas que ayudan a disminuir y erradicar esta problemática.

27.5 Agradecimientos

El trabajo fue apoyado por el Promep a través del proyecto IDCA7640, Cuerpo Académico: Psicología Clínica, Clave: UAGro-CA-135.

27.6 Referencias

Anuario estadístico 2012-2013 UAGro. Dirección General de planeación. Universidad Autónoma de Guerrero. <http://estadistica.uagro.mx>

Cortés, Y. Guevara, M. & Antúnez, G. (2013). *Violencia de Género en el Nivel Superior de la UAGro*. Acapulco, Gro. México. Ed. Académica Española.

Informe de Sociedad Civil desde una perspectiva de género con motivo del segundo Examen Periódico Universal del Estado Mexicano (2013). http://www.cifedhop.org/epuupr.org/sites/default/files/CUDH_UNAM_conjunta_Epu_Mexico_2013.pdf

Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 1º de febrero de 2007, Última reforma publicada DOF 20-01-2009.

Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres, en Diario Oficial de la Federación, 2-08-2006 Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión

Ley número 553 de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia del Estado Libre y Soberano de Guerrero. 2008

Mendoza, M. (2011) Prevención de la violencia de género en las universidades: características de las buenas prácticas dialógicas. [En línea]. Tesis de doctorado en sociología. Universidad de Barcelona. Disponible en:
http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/31791/02.MMM_ANEXOS.pdf;jsessionid=7BE8FCC307C4BC445EA98F3806A40BF1.tdx2?sequence=2

Modelo Educativo (2013). Gaceta Universitaria No. 51, noviembre 2013. Universidad Autónoma de Guerrero

Plan de desarrollo institucional 2013-2017. Gaceta Universitaria No. 51, noviembre 2013. Universidad Autónoma de Guerrero.

Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 (PND).

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5299465&fecha=20/05/2013

ONU (1993). Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer. Resolución de la Asamblea General. [En línea]. 20-12-1993 (DOC. G. A/RES/48/104). Disponible en:
<http://www.unhcr.ch/huridocda/huridoca.nsf/%28symbol%29/a.res.48.104.sp?opendocum ent>

Propuesta de libro de texto: Fundamentos de bases de datos, saber y hacer

José Rico, José Gordillo, José Barrón, Joel Quintanilla y Martín Cano

J.L. Rico, J.A. Gordillo, J.M. Barrón, J. Quintanilla, M. Cano
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato Carr. Valle-Huanímaro km. 1.2 Valle de Santiago, Gto. C.P.
38400
jlrco@utsoe.edu.mx

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

Through the years, we have detected a problem in the academic program of Information and Communication Technologies of our University, a recurrent problem in the teaching learning process, accentuated with the associated paradigm to the construction of knowledge by the own pupil. We are specifically referring to the search and assimilation of content inside the book texts about Digital Databases. The work exposed in this paper represents an effort for contributing in the reduction of educational slump in areas related to good design and construction of data banks. The textbook of this research, treats all the thematical content in this area, which are studied in the whole academic program. These and another relevant subjects in the database area are retaken from a simple but fundamentally practical theoretical focus, allowing the studying on acquiring a significative learning in an easier and single source way. As a result, we present the almost definitive version of the book which is been tested on pilot groups.

28 Introducción

La cantidad de información que tenemos disponible, cada vez es mayor, y para lograr un aprovechamiento eficiente de la misma, se crean aplicaciones computacionales apropiadas para este propósito, conocidas simplemente como Bases de Datos, las cuales son utilizadas hoy en día por las grandes corporaciones, negocios, particulares etc.

Los bancos de datos permiten el manejo de una gran cantidad de información, y particularmente proveen un rápido y moderadamente fácil acceso a la misma. Para poder aprovechar las potencialidades de un banco de datos digital eficiente, es necesario conocer las técnicas de diseño o modelado que permitan generar estructuras robustas. Actualmente, y de acuerdo a observaciones recurrentes en la carrea de Tecnologías de la Información y comunicación (TIC), los contenidos teóricos de la materia no son nada fácil de entender por parte de los estudiantes de dicho programa, principalmente cuando se trata de que ellos mismos se den a la tarea de investigar y asimilar contenidos por su propia cuenta. Por otra parte, y según lo observado ya hace varios años, muchos temas que se estudian en las materias de bases de datos, son abordados de una manera muy superficial en la bibliografía existente en el centro de información y consulta de esta universidad, o en el peor de los casos, no se encuentra información al respecto, principalmente cuando se pretende cubrir el tema mas a fondo.

Con este proyecto se propone un libro que contenga todos los temas que se desarrollan en las materias de bases de datos, para que sea usado como referencia principal, e incluso como cuadernillo de prácticas, a fin de reforzar y facilitar el proceso de enseñanza aprendizaje.

28.1 Metodología

Como parte esencial del contenido del libro, se sigue la filosofía del “Saber y Hacer”, esto es, incluir el marco teórico suficiente sobre cada tema que se toca, y otra parte práctica para complementarse una con la otra, es por ello que al final de cada uno de los capítulos expuestos en el índice se presentará una serie de ejercicios para desarrollar por parte del lector, así como una serie de cuestionarios y ejercicios resueltos. Además de ejercicios similares que se dejan para resolución por parte del lector.

Las actividades de esta investigación se desarrollaron bajo diferentes etapas, las cuales se describen más a detalle en los puntos siguientes.

28.2 Revisión y depuración de contenidos temáticos

Son diferentes cursos afines al tema de bases de datos digitales los que se estudian durante la carrera de Técnico Superior Universitario en Tecnologías de la Información y Comunicación. Y los conjuntos de temas que cada uno trata no son disjuntos. Por esta razón, fue necesario hacer una revisión detallada de todos y cada uno de los temas que se incluyen en los programas de los diferentes cursos, para llegar a un listado completo e irrepetible de temas a abordar.

De manera general, describimos aquí el objetivo principal de los cursos de bases de datos que forman parte de la currícula de TSU en TIC.

En el curso de Bases de Datos I el objetivo es que el alumno realice el diseño, creación y la manipulación de base de datos relacionales, acorde a los requerimientos establecidos, para la administración de la información. En el curso de Base de Datos II, la meta es que el alumno gestione la información contenida en una base de datos para optimizar el rendimiento de la misma.

En el curso de Administración de bases de datos, el objetivo a cumplir es que el alumno sepa administrar una base de datos al establecer respaldos y control de usuarios para garantizar la disponibilidad de la información. Finalmente en el curso de Bases de datos para aplicaciones, El alumno debe implementar bases de datos avanzadas que contribuyan al manejo adecuado de la información como apoyo en la toma de decisiones de una organización.

28.3 Propuesta de índice preliminar

Como punto de partida para la propuesta bibliográfica objeto de este estudio, una vez teniendo la lista de temas deseados, se elaboró un índice tentativo. Este índice permitió reacomodar los temas, separando, o en su caso agrupando contenidos en diferentes capítulos. Este índice preliminar fue un primer objetivo y punto de partida para la siguiente etapa.

Durante el proceso de revisión de contenidos en la bibliografía existente, se agregaron aquellos temas que aunque no se abordan de manera explícita en los temarios de los cursos de bases de datos, los consideramos de importancia para reforzar algún tema en particular. A continuación se muestran de manera genérica aquellos de mayor relevancia, sin describir a detalle todo lo que estos encabezados contienen.

- Fundamentos
- Modelos de bases de datos
- Modelo ER
- Modelo EER
- Modelo relacional
- Normalización
- El algebra relacional
- El lenguaje SQL
- DDL

- DML)
- Integridad de datos
- Restricciones
- Procedimientos almacenados
- Disparadores
- Índices
- Vistas
- Reportes

28.4 Revisión de temas en bibliografía existente

Teniendo ya un listado de los temas a tratar, se llevó a cabo una revisión de las fuentes existentes en el centro de información y consulta de la universidad, que es donde actualmente los alumnos y docente obtienen información de los diferentes temas de base de datos.

La revisión consta en investigar qué libros existen actualmente de los que nos muestran como bibliografía en cada unidad temática, y de los que existen, cuáles contienen los temas que se llevan a cabo durante el curso, e investigar si se cuenta con otras fuentes en la biblioteca que sirvan de apoyo para los estudiantes y docentes, y que sean objeto de estudio para el desarrollo de este proyecto. De cada fuente deberá obtenerse un reporte general del contenido, que describa si el tema de interés existe o no en dicha fuente, características particulares sobre cómo se aborda el tema, y algunos otros aspectos que se consideren importantes.

28.5 Redacción de marco teórico para los temas abordados

Esta es una de las partes medulares del proyecto, y la cual estará en revisión y mejora continua durante los próximos meses. El objetivo de esta sección es expresar al lector de una manera simple, el marco teórico correspondiente a los diferentes temas de estudio. Serán los lectores quienes puedan dar una mejor opinión de lo que se ha logrado. Por lo que, como se ha mencionado antes, este material se tomará como fuente alternativa a manera de prueba con los alumnos y maestros, y así poder hacer los ajustes que se considere pertinentes.

28.6 Diseño y documentación de ejercicios prácticos

Una vez que se ha planteado el marco teórico de los temas objeto de este estudio, es indispensable poder aterrizar un concepto a través de la práctica. Por esta razón se ha dedicado gran parte de proyecto al diseño y construcción de ejercicios. A cada tema, si así lo permite se le incluyen ejemplos y módulos de práctica, algunos con solución en el mismo desarrollos y otros que se dejan para que el lector los realice.

Los ejercicios se han pensado de tal manera que inciten al alumno a razonar sobre los conceptos planteados, iniciando con algunos ejemplos de grado de dificultad baja, a media, y posteriormente con algunos de mayor dificultad.

28.7 Diseño y documentación de medios de autoevaluación

Otra forma de ayuda para los lectores son los medios de autoevaluación, que tienen la función de repaso general para cada sección de contenidos, y por otra parte, ofrecen una métrica para evaluar el grado de conocimiento adquirido.

28.8 Resultados y conclusiones

Al concluir lo establecido con el cronograma de actividades que antecede este proyecto, se obtuvo un material que documenta los temas de bases de datos que se abordan en la currícula de Técnico Superior Universitario e Ingeniería en Tecnologías de la Información y Comunicación en cada uno de los cursos: Bases de datos I, Bases de datos II, Administración de bases de datos y Bases de datos para aplicaciones.

Cubriendo su principal objetivo proporcionar al lector un solo volumen con contenido útil y concreto que facilite la consulta y asimilación de información de los temas afines, todo esto de una forma teórica y práctica mediante ejemplos y ejercicios reforzando sus habilidades y conocimientos en el diseño y construcción de bancos de datos.

Se concluye que la metodología desarrollada y las técnicas aplicadas al proyecto, han sido de gran utilidad para generar una herramienta que facilite a los lectores la comprensión del marco teórico, a través del reforzamiento teórico y práctico. Además de concentrarlo todo en un solo ejemplar que servirá de guía para maestros y alumnos.

28.9 Agradecimientos

Se agradece la colaboración al cuerpo académico de Ambientes Inteligentes por sus aportaciones, así mismo a los ingenieros en tecnologías de la información y comunicación egresados de esta universidad: Berenice Ortega Rodríguez, Nancy Alejandra Mendoza Vázquez, Raúl Abraham Santana Rodríguez y Reinaldo García Espitia, por su invaluable apoyo, compromiso y dedicación durante el desarrollo de este proyecto.

28.10 Referencias

Coronel, C., Morris, S., & Rob, P. (2011). Bases de datos: Diseño, Implementación y Administración (Novena ed.). México: CENGAGE Learning.

Elmasri, R., & Navathe, S. B. (2007). Fundamentos de Bases de Datos. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN S.A.

G. Piattini, M., Marcos, E., Calero, C., & Vela, B. (2010). Tecnología y Diseño de Bases de Datos. ALFAOMEGA RAMA.

Nevado Cabello, M. V. (2010). *Introducción a las Bases de Datos Relacionales* (Primera ed.). Visión Libros.

Rob, P., & Coronel, C. (2005). *Sistemas de Bases de Datos Diseño, Implementación y Administración* (Quinta ed.). México: Thomson.

Sawtell, W. y. (2000). *Aprendiendo Microsoft SQL Server 7.0 en 21 días*. México: Pearson Educación.

Silberschatz, Korth, & Sudarshan. (2006). *Fundamentos de Bases de Datos* (Quinta ed.). China: McGraw-Hill.

Uso de un sistema para la gestión del aprendizaje (LMS) de código libre en la Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato (UTSOE)

J. Barrón, J. Quintanilla, J. Rico, L. Gordillo y B. Ojeda

J. Barrón, J. Quintanilla, J. Rico, L. Gordillo y B. Ojeda
Tecnologías de la Información y Comunicación. Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato (UTSOE)
Carretera Valle-Huanímaro km. 1.2, Valle de Santiago, Gto.

M. Ramos., V. Aguilera., (eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

The use of the Information and Communication Technologies (ICT) in Learning Environment allows achieving the maximum interaction between Teachers and Students. The Virtual Learning Environments are computer programs that benefit the learning facilitating the communication between users. Open Source software allow to create the own online modular learning environment with a fast placed in service. In the present paper the use of a Learning Management Systems (LMS) as continuous education tool is proposed to the Technological University of Southwest of Guanajuato (UTSOE). A comparative analysis among the most popular and important LMS systems was done. From the analysis, Moodle was chosen as the LMS system for a bigger number of communication tools that facilitate education between teachers and students.

29 Introducción

Apoyadas en el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), numerosas instituciones educativas en todo el mundo han adoptado la modalidad de la Educación en Línea con el fin de poner a prueba nuevos métodos de enseñanza – aprendizaje (Agudelo, 2009). Aunque en la actualidad han proliferado las variedades y combinaciones de enseñanza - aprendizaje, las modalidades de cursos pueden resumirse en (1) presencial o tradicional haciendo uso de internet; (2) mixta (híbrida) presencial/en línea, y (3) completamente en línea (asíncrona). Todas ellas quedan incluidas en lo que en la actualidad se ha denominado educación en línea, educación electrónica, Educación Abierta, educación a distancia, educación continua, educación virtual, educación semi-presencial y a ritmo propio (Milad, 2007). El uso de las TICs en el Ambiente Educativo, permite sacar al máximo la interacción entre Docentes y Estudiantes (Delgado y Solano, 2009).

El aprendizaje a distancia tiene muchas ventajas sobre el paradigma tradicional cara-a-cara. La naturaleza de esta tecnología necesita de preparación adicional e infraestructura. Las escuelas están muy preocupadas por la privacidad y conveniencia de sus estudiantes. Los estudiantes deberían poder acceder a sus cuentas y registros de manera segura y cómoda. Las escuelas y universidades necesitan verificar la identidad de sus estudiantes, puesto que los estudiantes y los instructores se conocen solo virtualmente. Adicionalmente, las universidades y escuelas necesitan cumplir con el estado y los requerimientos de la acreditación de una organización (Agudelo, 2009). En los últimos años, escuelas y universidades han tendido a introducir el aprendizaje a distancia como tendencia principal en su currículo. Se han implantado diferentes variaciones de aprendizaje a distancia tales como aprendizaje electrónico y aprendizaje en línea (Delgado y Solano, 2009) (Aydin y Tirkes, 2010). Las ventajas totales de la tecnología en el aprendizaje a distancia son evidentes tanto para los aprendices como para los instructores. El paradigma de aprendizaje a distancia ha desempeñado también un papel evidente en la reducción del costo que implica la entrega de material educativo.

En un proceso de aprendizaje a distancia, el software libre puede ser usado en muchas fases diferentes tales como software de aplicación que mejora la preparación del contenido de aprendizaje y en LMS el cual provee la presentación de contenido de aprendizaje en un ambiente basado en web y como servidor web de software (Cansu, and Guzin, 2010).

Investigaciones indican que ya en 2004 un 62,3% de universidades utilizan plataformas virtuales de enseñanza (Silvio, J., 2004). En los últimos años, las universidades e instituciones han tendido a introducir el aprendizaje a distancia como una tendencia en sus programas (Texarkana College, (2011).

Diferentes tipos de aprendizaje a distancia tales como educación virtual (e-learning) y en línea (Online) se han implantado en muchas universidades (Kumar *et al.* 2011). En 2006, la Universidad de Tabuk creó una comunidad educativa en el área de Tabuk, integrando las instituciones (principalmente de profesores) de la misma especialidad. Las instituciones centraban sus actividades en el aprendizaje a distancia, ofreciendo servicios en línea de calidad superior, excelente infraestructura de red y tiempo flexible en el aula (Amjad, 2007) [14]. También, la Universidad de Ruanda ha adoptado un Ambiente de Aprendizaje Virtual (AAV) como medio para mejorar su enseñanza y la entrega de su material didáctico y jugar un rol mayor como una universidad de calidad en el acelerado desarrollo socio económico de ese país (Jawahar and Akorli, 2007). El modelo de la Universidad Virtual de Syrian (UVS) provee de facilidades a sus estudiantes, tales como acceso rápido a internet, junto con potentes computadoras en los veinte telecentros de educación localizados en Syrian y uno en Dubai. El modelo de aprendizaje de la UVS está compuesto de contenido electrónico alojado en una aula virtual de un LMS y está compuesto de sesiones sincronizadas. La UVS provee muchos servicios a los estudiantes tales como una librería virtual, tienda de libros, telecentros, foros de discusión, etc. Además, cuenta con una comunidad virtual de profesores árabes disponibles para sus estudiantes. Los profesores árabes no están necesariamente en el Medio Este, sino que están localizados en muchas partes del mundo (Talal, 2007).

En México, El Instituto Tecnológico de Monterrey (Tec de Monterrey) es una de las principales Universidades que promueven el uso de los sistemas LMS. Actualmente, la universidad está cambiando los sistemas de educación tradicional al sistema Tec Milenio. Tec Milenio es un nuevo sistema que proporciona la educación cara-a-cara a estudiantes que necesitan trabajar mientras estudian o para estudiar mientras trabajan. Este sistema educativo en cinco años ha crecido rápidamente en 37 campus, casi 1,000 facultades miembros y aproximadamente más de 20,000 estudiantes (Patricio, L. del P., 2007). La Universidad Nacional Autónoma de México, que organiza su Sistema de Universidad Abierta a partir de su misma organización, sólo agregando en cada facultad una división que se responsabiliza de la educación abierta, con distinto personal, pero con base en las mismas carreras, currícula y calendarios del sistema escolarizado. Tiene la ventaja de aprovechar los recursos existentes y la posibilidad de fortalecer y propiciar la flexibilidad del sistema escolarizado (Manuel, 2006). El aprendizaje electrónico permite a estudiantes trabajar en su tiempo libre y en un propio espacio (Lamis and Zaid, 2007).

La presente investigación tiene como propósito principal, proponer el uso de un Sistema para la Gestión del Aprendizaje (LMS) de código Libre para la Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato (UTSOE). La propuesta está basada en un análisis realizado a diferentes sistemas LMS. El resto del documento está estructurado de la siguiente manera. En la sección II, se introducen los sistemas LMS, ampliando de manera concreta los sistemas de código libre y al sistema Moodle del que se destacan sus características. En la sección III, se describe las ventajas del uso de código libre como sistema LMS. En la sección IV, se presentan los resultados. Finalmente, en la sección V, se presentan las conclusiones y trabajos futuros.

29.1 Sistemas para la Gestión del Aprendizaje (LMS)

Los Sistemas para la Gestión del Aprendizaje (por sus siglas en inglés; Learning Management Systems (LMS)) o también llamados Gestores de Contenidos Educativos (GCE) o Entornos de Aprendizaje Virtuales (EAV)) son las principales plataformas de software para las soluciones de aprendizaje en línea (Fernández, 2005). Esencialmente, un LMS proporciona un mecanismo automatizado para la entrega del contenido de cursos y seguir el progreso de aprendices (Kakasevski *et al.* 2008).

Las principales funciones de un sistema LMS son (Dougiamas M., 2007):

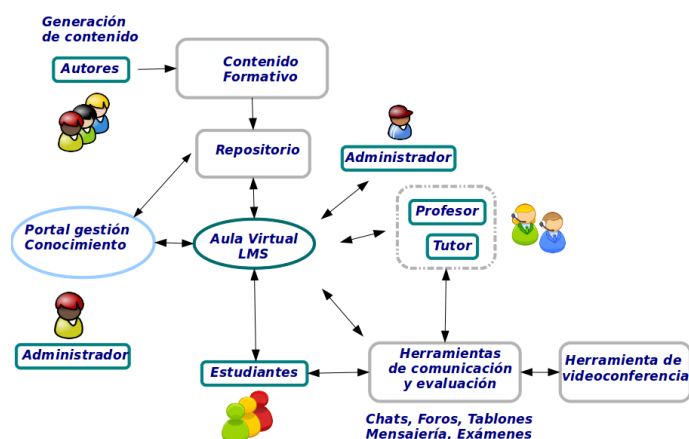
- Administración de cursos y programas

- Provee y administra el registro de cursos
- Seguimiento, acceso y progreso del registro de estudiante
- Administración y administración del
- Administración y reporte de la gestión del aprendizaje
- Permita el seguimiento financiero y control del aprendizaje
- Proporciona programación y administración de cursos
- Entre otros.

Los sistemas LMS permiten a estudiantes ver conferencias multimedia, comunicarse con profesores y con cada uno del grupo, descargar material de cursos, aplicar exámenes en línea, y entregar tareas y trabajos de clase (Kakasevski *et al.* 2008).

Los sistemas LMS más conocidos como “plataformas de aprendizaje”, son programas informáticos que facilitan la comunicación entre sus usuarios con fines educativos. Son considerados como herramientas educativas que estimulan el aprendizaje (Fernández, 2005).

Figura 29 Características de los LMS



Existen varios sistemas LMS con diferentes arquitecturas, lenguajes de programación, temas de escalabilidad, y creación de comunidades de aprendizaje de código libre con diferentes arquitecturas, lenguajes de programación, temas y escalabilidad, y creación de comunidades (Ken Udas 2007). Las dos principales plataformas de software LMS son comerciales y libres (código libre) (James F., 2007).

29.2 Moodle

Moodle (por sus siglas, Modular Object-Oriented Dinamic Learning Environment) es un sistema LMS de código libre usado por instituciones de educación, de negocios e incluso instructores independientes.

29.3 Características

Moodle es un producto activo y evolutivo. A continuación se listan algunas características de Moodle. Fomenta la pedagogía constructorista social (colaboración, actividades, reflexión crítica, etc).

- 1- 100% apropiado para clases en línea así como complemento de aprendizaje cara-a-cara.
- 2- Simple, ligero, eficiente, compatible, interface de búsqueda de baja tecnología.
- 3- Fácil de instalar en casi cualquier plataforma con soporte de PHP. Requiere solo una base de datos.
- 4- Muestra el listado de curso descritos para cada curso en el servidor, incluyendo la accesibilidad a invitados.
- 5- Los cursos pueden ser clasificados.
- 6- Énfasis en una fuerte seguridad completamente. Todas la formas son revisadas, los datos validados, las cookies encriptadas, etc.
- 7- La mayoría de las aéreas de entrada de texto se pueden editar utilizando un editor WYSIWYG HTML.
- 8- Moodle permite elegir entre 3 formatos de cursos.
- 9- Moodle está basado en PHP y MYSQL (ambos son software de código libre).
- 10- Fácil actualización de cursos, o enlace a otros websites.

29.4 Moodle para el tutor (Docente)

Para realizar las tareas de tutoría virtual, con Moodle se pueden obtener Informes de actividad de cada alumno, con posibilidad de extraer datos en diferentes formatos como última entrada en el curso, nº total de accesos, actividades/recursos que ha visto, etc. (Cansu, and Guzin, 2010).

Desarrollo del curso:

1. Informar al usuario antes de la inscripción en el curso de los requerimientos técnicos necesarios para acceder y usar la plataforma.(Internet /ADSL, correo electrónico).
2. Comunicar la clave de inscripción a través de correo-e a cada uno de los participantes al inicio del curso.
3. Mensaje del tutor conforme van accediendo al curso, comunicándoles su disponibilidad.
4. Revisión diaria de la mensajería interna, respuesta inmediata o en un tiempo no superior a 24 h.
5. Acceso y participación en el foro.

6. El seguimiento de los alumnos se hace mediante los informes de actividad que ofrece el sistema de manera individualizada.
7. Comprobación de que reúnen los requisitos exigidos para obtener el certificado de asistencia (han leído los temas/ cumplimentado los cuestionarios/ entregado la tarea).
8. Fin del curso y mensaje de despedida.

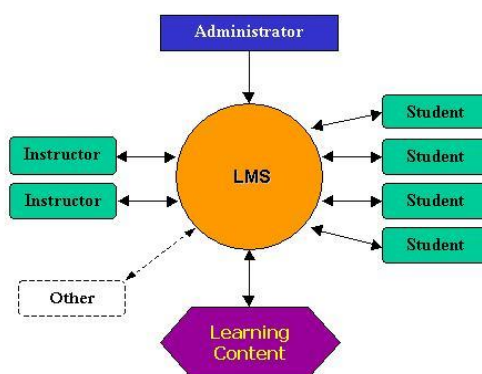
La formación virtual desde nuestro punto de vista como formadores tiene la ventaja de permitir el seguimiento del alumno de forma rápida y sencilla, de tener un trato directo con cada uno de los participantes a través de la mensajería interna. Nos da la posibilidad de introducir mejoras y actualizar el curso de forma inmediata, por ejemplo incluir ejemplos, prácticas, modificar textos, etc.

29.5 Moodle para el usuario (Alumno)

Las ventajas de la formación virtual desde el punto de vista del usuario son (Cansu, and Guzin, 2010):

- La flexibilidad espacio-temporal del acceso, permite al usuario realizarlo desde cualquier ordenador con conexión a Internet y a cualquier hora.
- Proporciona formación en el uso de herramientas de comunicación propias de Internet
- Alfabetización Informacional
- Dota de mayor autonomía en el aprendizaje al usuario (LifeLong Learning).
- Permite una comunicación directa con el tutor utilizando el correo electrónico y con el grupo de participantes a través del foro.
- Se da al usuario la posibilidad de expresar su opinión sobre temas o actividades concretas del curso para evaluar su utilidad.
- Como inconveniente señalamos, la exigencia de un mayor nivel de autonomía y responsabilidad frente a la formación presencial.

Permite distribuir materiales de aprendizaje, crear y gestionar debates temáticos y tabloneros de anuncios, pasar cuestionarios a los estudiantes, evaluar tareas, integrar recursos de Internet, crear glosarios y diccionarios, gestionar el tiempo a través de un calendario global de distintas asignaturas, ofrece herramientas de comunicación entre los estudiantes, como la mensajería instantánea, permite la tutoría electrónica en privado o en grupo, calcula estadísticas, gestiona las calificaciones, etc.

Figura 29.1 Usuarios e interacción en un LMS

Investigaciones realizadas, demuestran que el sistema Moodle cumple en un 83 % con los criterios establecidos en cuanto a herramientas de aprendizaje, herramientas de soporte y especificaciones técnicas. Las investigaciones generaron que la aplicación de los entornos virtuales se ajusta a las teorías tradicionales de aprendizaje, transformando el modelo educativo, de tradicional a innovador.

Algunas de las fortalezas de Moodle son:

- 1- El Sistema Moodle es de software libre.
- 2- Moodle proporciona 30 idiomas.
- 3- Realización de herramientas de comunicación.
- 4- creación y administración de objetos de aprendizaje.

29.6 Software libre LMS

Software Libre o Código abierto (Open Source), es un término utilizado para describir la creación y distribución de software no-propietario (Cansu and Guzin, 2010). Muchos proyectos de software de código abierto que proporcionan beneficios más amplios a la sociedad han sido dirigidos por voluntarios. Actualmente, hay miles de proyectos de software tales que operan en un contexto global con decenas de miles en voluntarios. Literalmente, el código abierto hace referencia a los términos de distribución de software, el cual incluye pero no está limitado a la franqueza o transparencia del código fuente, permitiéndole a cualquiera acceder a él, evaluarlo, modificarlo y reutilizar el código (Ken Udas 2007).

Literalmente, el término código libre significa que el código fuente de un software está abierto; que se puede ver y modificar. No es necesario pagar por él, se puede modificar y se puede colaborar en su diseño. Código Abierto significa literalmente que el código fuente de un software está abierto, que se puede ver y modificar. No es necesario pagar por él, se puede cambiar, se puede ayudar a diseñar y reparar (Dougiamas M., 2007). El software de código libre (Free Open-Source Software), se ha convertido en un sector interesante en el mundo del software, este se extiende y prueba por otros propietarios de sistemas LMS.

Los sistemas LMS de código libre es una buena opción para el sector de la educación en línea por:

- El software de código libre es una buena solución por su control y configuración.
- El costo de usar licencias es casi nulo.
- Las licencias de software de código libre permiten cualquier cambio, modificación y mejora sin pago alguno.
- Algunas grandes organizaciones han adoptado el software de código libre.

El movimiento de código abierto ha transformado el diseño de software y ha incursionado en la educación superior. Los programas de educación en línea tienen un impacto similar en las universidades (James F., 2007). Investigaciones realizadas, demuestran que Moodle resulta ser el sistema LMS con un mayor número de herramientas de comunicación entre los usuarios (Cansu, and Guzin, 2010).

29.7 Resultados

Esta sección muestra los resultados obtenidos al instalar Moodle. El sistema se instaló en un equipo con las siguientes características:

- Disco Duro: 1 TB
- Memoria RAM: 8 GB
- Procesador: Intel Core i7

Las características del software instalado fueron:

- Versión de Moodle: 2.7
- Sistema Operativo: Windows 7
- Versión de PHP: 5.4.4
- Versión de MySQL: 5.5.31

A excepción del SO, todo el software instalado fue de software libre.

La figura 2 muestra la página de inicio del sistema Moodle instalado.

Figura 29.2 Página de inicio del sistema Moodle. a) versión inicial y b) versión final.



a)



b)

Como se puede observar, Además de ser un sistema LMS, Moodle ofrece una interfaz de comunicación general a la cual puede acceder cualquier persona.

Dentro de los resultados obtenidos, están la creación de cursos, los cuales pueden ser administrados por el tutor/docente. La figura 3, muestra las categorías en las cuales se pueden administrar los cursos.

Figura 29.3 Categorías para crear cursos.

Categorías	Cursos	Editar	Mover categoría a:
Tecnologías de la Información y Comunicación	0		
T.S.U. en Tecnologías de la Información y Comunicación	0		
Primer Cuatrimestre	0		
Segundo Cuatrimestre	0		
Tercer Cuatrimestre	1		
Cuarto Cuatrimestre	0		
Quinto Cuatrimestre	0		
Sexto Cuatrimestre	0		
ING. Tecnologías de la Información y Comunicación	0		
Séptimo Cuatrimestre	0		
Octavo Cuatrimestre	0		
Noveno Cuatrimestre	0		
Décimo Cuatrimestre	0		
Onceavo Cuatrimestre	0		

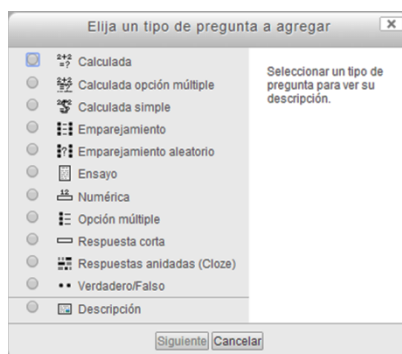
Como se puede observar en la figura 3, fueron creados para las categorías TSU en Tecnologías de la Información y Comunicación e Ingeniería en Tecnologías de la Información y Comunicación; seis y cinco categorías (o cuatrimestres) respectivamente en los que se pueden crear cursos. Es importante mencionar que un curso ya creado puede ser reutilizado en cursos posteriores tal y como si fuera un curso nuevo, es decir sin datos de alumnos.

Además de poder crear cursos y reutilizar las actividades en cursos posteriores, algo de vital importancia es el ahorro de tiempo para el tutor/docente y alumno en la planeación de sus actividades.

Para el tutor/docente

Uno de los resultados que facilita Moodle, es la creación y administración de exámenes. La figura 4 muestra un tipo de pregunta que puede ser utilizada al elaborar un examen.

Figura 29.4 Tipos de preguntas para elaborar un examen.

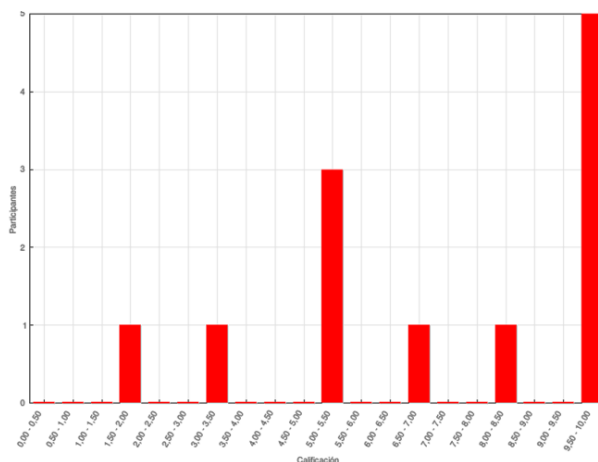


Otra de las utilidades a destacar en el Moodle es la facilidad de evaluar los exámenes. La figura 5, muestra los datos de una evaluación: nombre del alumno, correo electrónico, estado de la evaluación, fecha, tiempo, calificación y preguntas acertadas con respectivo valor.

Figura 29.5 Datos de una evaluación.

	Teresa Herrera Ramirez Revisión del intento	tere_hrdc@hotmail.com	Finalizado	25 de marzo de 2014 14:44	25 de marzo de 2014 14:46	1 minutos 21 segundos	10,00	✓ 1,67	✓ 1,67	✓ 1,67	✓ 1,67	✓ 1,67	✓ 1,67
	diana concepcion rodriguez leon Revisión del intento	daliana.rdz94@gmail.com	Finalizado	25 de marzo de 2014 14:46	25 de marzo de 2014 14:47	1 minutos 17 segundos	8,33	✓ 1,67	✓ 1,67	✗ 0,00	✓ 1,67	✓ 1,67	✓ 1,67

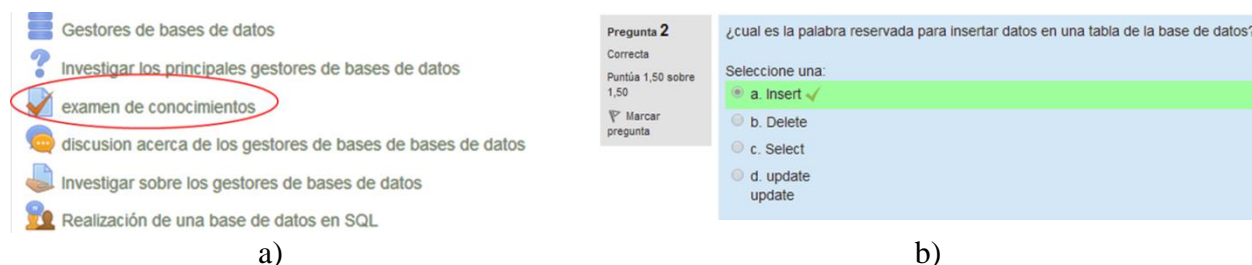
Figura 29.6 Rango de calificaciones para un grupo de alumnos.



Para el alumno

La figura 7 muestra para una materia piloto (base de datos); las diferentes actividades que el tutor/profesor puede incluir en el curso.

Figura 29.7 a) Lista de actividades para una materia piloto y b) pregunta de la actividad examen.



Cabe destacar que una vez creadas las actividades en cada curso, estas pueden ser copiadas y mejoradas para cursos posteriores con la finalidad de mejorar los cursos. Algo implícito pero que no se menciona en ninguna de las investigaciones analizadas es el ahorro de papel al momento de realizar actividades; como puede ser una evaluación.

29.8 Conclusiones y trabajos futuros

El propósito de este artículo fue identificar el LMS más apropiado como herramientas de comunicación entre docentes y aprendices que favorecen la educación. La elección se hace efectuando un estudio comparativo entre los sistemas LMS más populares e importantes. Del estudio realizado se obtuvo como resultado el proponer para la Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato (UTSOE) al sistema de código libre Moodle como herramientas de aprendizaje por contar con un mayor número de herramientas de comunicación entre docentes y aprendices que favorecen la educación.

El Software Libre se han consolidado como herramientas extremadamente útiles no sólo como soporte tecnológico adecuado, sino especialmente por estar su modelo de desarrollo y social íntimamente relacionado con los paradigmas de aprendizaje.

Como consecuencia del uso de sistemas LMS, la UTSOE podrá cubrir si lo requiere, aumentos en la demanda de cupos, garantizando así una mayor inclusión social de los individuos al sistema educativo y propiciando que los docentes redefinan su rol y se conviertan en agentes activos de cambio, mediante una metodología de educación semi-presencial.

La naturaleza misma del software de código libre (construcción colaborativa, seguimiento de estándares, soporte de una Comunidad, rápida evolución en función de la demanda, etc.) favorece sin duda la elección de Moodle como plataforma, además de proporcionar 30 idiomas y la creación y administración de objetos de aprendizaje, entre otras.

Como trabajos futuros se pretende extender el uso del sistema Moodle como herramienta de colaboración entre investigadores, no sin antes poner en marcha la adaptación de cursos para un mejor desempeño tanto de profesores como de alumnos.

Cabe destacar que el sistema está siendo alimentado con cursos inicialmente por profesores de la carrera de TIC. Se tiene planeado posteriormente, que el sistema LMS sea utilizado no solo por la carreras de la UTSO, sino también mediante convenios con otras universidad, crear cursos de colaboración. Esta ampliación, requerirá en el equipo de una ampliación también en recursos

29.9 Agradecimientos

El autor agradece el apoyo del Programa de Mejoramiento del Profesorado PRODEP-CONACyT a través del proyecto PRODEP/103.5/13/6976 y de la Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato (UTSOE). Así también, se agradece el apoyo a los Ingenieros Ángel Ramón Muños Duarte y Luis R. Ramírez Martínez por su colaboración en esta investigación.

29.10 Referencias

Agudelo, M., (2009). Importancia del diseño instruccional en ambientes virtuales de aprendizaje. En J. Sánchez (Ed.): Nuevas Ideas en Informática Educativa, Volumen 5, pp. 118 – 127, Santiago de Chile.

Amjad M Daoud, 2007. e-Saf Moodle LMS in Saudi Higher Education: Implementation and Experiences. Proceedings of the 2007 MIT LINC Conference, Technology-Enabled Education: A Catalyst for Positive Change. Amman Dubai.

A.Shawar B. Al-Sadi J. and Khan H., 2007. AOU Experience on Applying e-Learning Strategy. Proceedings of the 2007 MIT LINC Conference, Technology-Enabled Education: A Catalyst for Positive Change. Amman Dubai.

Cansu, C. A. and Guzin, T., (2010). Open Learning Source Management Systems In E-Learning And Moodle. En: IEEE EDUCON Education Engineering – The future of global learning engineering education. pp. 593-600, 14-16 April 2010.

Delgado Fernández Marianela y Solano González Arlyne, (2009). Estrategias Didacticas Creativas En Entornos Virtuales Para El Aprendizaje. Revista Electrónica “Actualidades Investigativas en Educación” – Volumen 9, Número 2, ISSN 1409-4703.

Dougiamas M., 2007. Moodle: Creating Sustainable Educational Communities with Open Source Software. Proceedings of the 2007 MIT LINC Conference, Technology-Enabled Education: A Catalyst for Positive Change. Amman Dubai.

Fernández G. J. R., 2005. La plataforma educativa Moodle,; La hora del e-Aprendizaje. Linux User. [en línea: www.linux-magazine.es], [Consulta: 10/06/2014]

James F., 2007. The Open Source Online University. Proceedings of the 2007 MIT LINC Conference, Technology-Enabled Education: A Catalyst for Positive Change. Amman Dubai.

Jawahar, M. and Akorli, F. K., 2007. The Virtual Learning Environment: A Case Study on the Preparedness of Staff at the National University of Rwanda. Proceedings of the 2007 MIT LINC Conference, Technology-Enabled Education: A Catalyst for Positive Change. Amman Dubai.

Kakasevski G., Mihajlov M., Arsenovski S., and Chungurski S., 2008. Evaluating Usability in Learning Management System Moodle. Proceedings of the ITI 2008 30th Int. Conf. on Information Technology Interfaces, June 23-26, 2008, Cavtat, Croatia.

Ken Udas 2007. An Open Source Online University OSS and OER Factors in Developing Countries. Proceedings of the 2007 MIT LINC Conference, Technology-Enabled Education: A Catalyst for Positive Change. Amman Dubai.

Kumar, S., Felicita, F. J., Rosnah, I., and Ruby H., (2011). Integrating an open-source course management system (Moodle) into the teaching of a first-year medical physiology course: a case study. *Advan in The American Physiological Society* Vol. 35, pp. 369-377.

Lamis D. Rajab and Zaid H. Baqain 2007. Use of Information and Communication Technology among Dental Students at the University of Jordan. Proceedings of the 2007 MIT LINC Conference, Technology-Enabled Education: A Catalyst for Positive Change. Amman Dubai.

Manuel M. C., 2006. Una historia de la educación a distancia en México Documento de trabajo para el curso “Teoría y práctica de la Educación a Distancia”. Sistema de Universidad Virtual, Universidad de Guadalajara.

Milad Sebaaly, (2007). E-Learning Experiences in the Middle East. Technology-Enabled Education: A Catalyst for Positive Change. En Proceedings of the 2007 MIT LINC Conference. Pags. 79-83.

Patricio, L. del P., 2007. The Role of Distance Education in Opening Opportunities in Developing Countries. Proceedings of the 2007 MIT LINC Conference, Technology-Enabled Education: A Catalyst for Positive Change. Amman Dubai.

Silvio, J., (2004). La Educación superior virtual en América Latina y el Caribe. Libro en línea. Instituto Internacional de la UNESCO para la Educación Superior en América Latina y el Caribe: Editorial Clama. Disponible: http://www.iesalc.unesco.org.ve/estudios/regionales_lat/EducVirtual.pdf. [Consulta: 15/06/2014]

Talal, S., 2007. The Syrian Virtual University: A Case of Challenges and Successes.-Proceedings of the 2007 MIT LINC Conference, Technology-Enabled Education: A Catalyst for Positive Change. Amman Dubai.

Texarkana College, (2011) Distance Education Faculty Handbook.

Diagnóstico para el desarrollo de una metodología en la toma de decisiones financieras para la micro y pequeña industria del estado de Tlaxcala

Cesar Saldaña, Gustavo García, Germán Torres, Julio Becerra, Dora Martínez y Sergio Muñoz

C. Saldaña, G. García, G. Torres, J. Becerra, D. Martínez, S. Muñoz
Universidad Politécnica de Tlaxcala. Carr. Federal Mexico - Veracruz Km.85, Recova, 90240 Hueyotlipan, Tlaxcala

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

The objective of this research is oriented to the diagnostic towards strategic planning as a basis for the development of a specific methodology as a tool for making decision for micro financing, small and medium- sized manufacturing companies in the state of Tlaxcala. This tool will enable MSMEs to diagnose, manage, operate and manage their financial resources and financial efficiency. This way it will be possible starting from diagnosis to direct them towards an efficient management of these resources, based on the mission, vision and objectives of the company, to help with proper financial planning and develop a method for making decisions based on their financial and accounting system for easy operation. The tool is based on the selection of financial indicators, building a system that allows operating the proposed methodology, so it should be the main features that is easy to use by the user, that is practical and fashion developed with the needs of the environment, and using as a platform interface database that allows interaction between the user and the system.

30 Introducción

Actualmente con la globalización, las grandes organizaciones extranjeras y nacionales buscan mantenerse en un mercado imprescindiblemente competitivo, de forma que se hace necesario trazar estrategias que aboguen por el crecimiento de la micro y pequeña empresa. Es importante mencionar que la mayor parte de las organizaciones del país son micros y pequeñas con un porcentaje de 98.8 por ciento y más del 65 por ciento son familiares (INEGI, 2012). En este sentido, es importante que se explore y analice las necesidades o carencias que tiene estas compañías con la finalidad de crear metodologías y técnicas que ayuden al correcto desarrollo en cuanto a la planeación financiera para la toma de decisiones en su gestión económica.

El estado no está exento de este proceso porque desde hace décadas, se encuentra en un proceso de competitividad donde las grandes empresas extranjeras y nacionales determinan su posicionamiento en los mercados desplazando a la micro y pequeña empresa. Según Calderón (2010), el tamaño de los establecimientos corresponde en un 86.5 por ciento a la microempresa, 9.1 por ciento a la pequeña, 2.8 por ciento a la mediana y la grande solo 1.8 por ciento. En lo que respecta a empleo el 79.6 por ciento corresponde al sector de la Mipyme y el 20.4 por ciento restante a la grande (Calzado, 2010). Es importante mencionar que la región con mayor dinamismo es la centro norte y la centro sur del estado y su principal actividad es la rama manufacturera (textil, confección, fabricación de productos de base de minerales no metálicos fabricación de equipo de transporte, etc.) y la mayor parte de los habitantes de las dos región dependen de la rama industrial con un 50.6 por ciento (INEGI, 2012). Sin embargo, uno de los principales problemas que enfrenta las organizaciones del estado es que no hay cultura financiera, lo que ha generado la falta de una metodología para la captación y análisis de datos financieros que ayuden a la mejor decisión en el futuro de la empresa y a su vez generar una ventaja competitiva que permita crear empleo y mejoras en las organizaciones a mediano y largo plazo.

Por lo anterior, se elabora un diagnostico que servirá como base en la elaboración de una metodología para la toma de decisiones basada en un sistema de información financiera para su gestión económica.

En consecuencia se busca que los conocimientos obtenidos anteriormente, se conviertan en un punto de partida en la generación de conocimientos, técnicas, herramientas de planeación estratégica, metodologías y aplicaciones innovadoras, orientadas a cubrir necesidades de las Mipymes del sector manufacturero del estado de Tlaxcala y a su vez la permanencia en los mercados locales y nacionales.

30.1 Aspectos Teóricos

En este apartado se abordan conceptos fundamentales para la toma de decisiones de la micro, pequeña y mediana empresa de la región centro sur del estado de Tlaxcala. Se enfoca en el análisis de los indicadores financieros para la propuesta de una metodología que permita el desarrollo de las empresas a través de los antecedentes históricos de sus estados financieros para la mejor decisión empresarial.

Con el análisis de los indicadores financieros se espera desarrollar nuevos escenarios (inventarios, estrategias de pago, negociación y nuevo crédito, etc.) para la construcción de una planeación estratégica más adecuada de la Mipyme.

La propuesta metodológica que se plantea está basada en los siguientes indicadores financieros: liquidez, apalancamiento, rentabilidad, cobertura, integrales, punto de equilibrio, tendencias financieras, económicas y método gráfico.

La planeación financiera es un medio principal de la planeación estratégica, por lo que todos los aspectos de las actividades de las organizaciones se reflejan en su estructura financiera, y éstos son los aspectos más claros de su desempeño. Esta función comprende dos tareas principales. (Saldívar, 2007).

- Evaluar el efecto económico y financiero de diversas opciones de carácter comercial, técnicos, de personal y de otra naturaleza, para elegir la estrategia más conveniente.
- Diseñar la estructura financiera apropiada para llevar a cabo la estrategia elegida.

Esto incluye tanto la elección del nivel de apalancamiento (pasivo/activo) como los términos y condiciones de los créditos que se contraten.

Los índices o razones financieras consisten en dividir una cuenta entre otra de los diferentes estados financieros, para identificar cómo se relacionan las diferentes cuentas entre sí y estudiar su comportamiento en diferentes aspectos del desempeño financiero de la empresa. (Morales y Morales, 2008)

La Rentabilidad

Los índices para el análisis de la rentabilidad de una organización se han orientado a responder las preguntas y los objetivos del análisis de los inversionistas o propietarios y de la gerencia. Mediante ellas se trata de evaluar la eficiencia global en el uso de los activos encomendados a la empresa y, por tanto, se emplean para inferir sobre la conveniencia de invertir recursos en ella. (Vives, 2009)

El principal motivo de utilizar este índice es el beneficio neto a activos totales. Según Vives (2009) se llama rendimiento sobre la inversión (RSI) y se calcula como el cociente del beneficio neto después de impuestos a los activos totales. Por lo consiguiente, se mide el porcentaje de ganancia obtenida con el capital disponible; sin embargo, es conveniente analizar en detalle cómo se calcula ya que es la más utilizada y también la que a mayores confusiones tienen al interpretarse.

Generalmente se incluye en el denominador todos los activos de la empresa, aun aquellos por una razón estén improductivos (ver la siguiente fórmula).

$$RSI = \frac{\text{Beneficios Netos} + \text{Intereses}(1-t)}{\text{Promedio de Activos Netos}} \quad (30)$$

Donde:

t= Tasa promedio del impuesto sobre la renta que cancela la empresa (tasa marginal)

Razones de Liquidez

Mediante el análisis de liquidez en las organizaciones se determina la capacidad de pago de las obligaciones financieras de las unidades económicas a corto plazo, en el periodo contable. Es decir, esta razón es útil para conocer la disponibilidad inmediata que permite cubrir las obligaciones del negocio; para cubrir cada peso de compromiso, debe contarse como mínimo con el \$2.00 de activo circulante. (Oropeza, 2012)

Es importante desarrollar el término de Activo líquido. Esta liquidez suele tener dos dimensiones (Vives, 2009):

- La facilidad en el tiempo con la que se puede convertir ese activo en el más líquido de los activos, que es el efectivo.
- El monto de efectivo que puede obtenerse por la liquidación dentro de un periodo determinado.

Para establecer el grado de liquidez de una organización y su capacidad de generar efectivo, para el pago oportuno de las obligaciones contraídas existe la relación de corriente o de liquidez. En términos generales es el resultado de dividir los activos corrientes sobre los pasivos corrientes.

Razón circulante

Es el cociente del activo circulante y el pasivo circulante y se espera que su valor sea al menos la unidad. (Izar, 2013)

$$\text{Razón Circulante} = \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

Prueba Ácido (o liquidez inmediata)

Esta razón es parecida a la anterior, solo que al numerador se le resta la partida menos líquida del activo circulante, que es la del inventario (ver la formula siguiente).

$$\text{Razón de Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo Circulante} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

(30.2)

Razones de Apalancamiento Financiero

Éstas son conocidas como razones de endeudamiento o razones de solvencia, mide el grado de endeudamiento de la organización y su capacidad para cumplir con sus compromisos financieros de largo plazo. Es importante mencionar que uno de los motivos del apalancamiento financiero es trabajar y ganar con el dinero de otros, hacer deducibles los gastos por intereses y pagar menos impuestos sobre la renta. (Ayala y Becerril, 2013). Apalancamiento con recursos ajenos

Representa la porción en que se encuentran financiados los activos de la empresa con recursos de terceros, ajenos a la misma. El parámetro óptimo 40% de los recursos ajenos a la empresa. (Valdez, 2010)

$$\text{Apalancamiento con Recursos Ajenos} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

(30.3)

Apalancamiento con recursos propios

Representa la porción que se encuentran financiados los activos de la empresa con recursos propios de la empresa. Parámetro óptimo: tener invertido mínimo 60% de recursos propios por parte de los accionistas o dueños (Valdez, 2010)

$$\text{Apalancamiento con Recursos Propios} = \frac{\text{Capital Contable}}{\text{Activo Total}}$$

(30.4)

Punto de Equilibrio

$$Pe = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

(30.5)

Es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida. (Komiya, 2014)

Donde:

Pe: punto de equilibrio (unidades a vender de tal modo que los ingresos sean iguales a los costos).

CF: costos fijos.

PVU: precio de venta unitario.

CVU: costo variable unitario

30.2 Planeación estratégica

La planeación estratégica es una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas, entorno al que hacer actual, y al camino que deben recorrer en el futuro las organizaciones e instituciones, para adecuarse a los cambios y a las demandas que impone el entorno y lograr el máximo de eficiencia y calidad. (Orozco, 2014) .

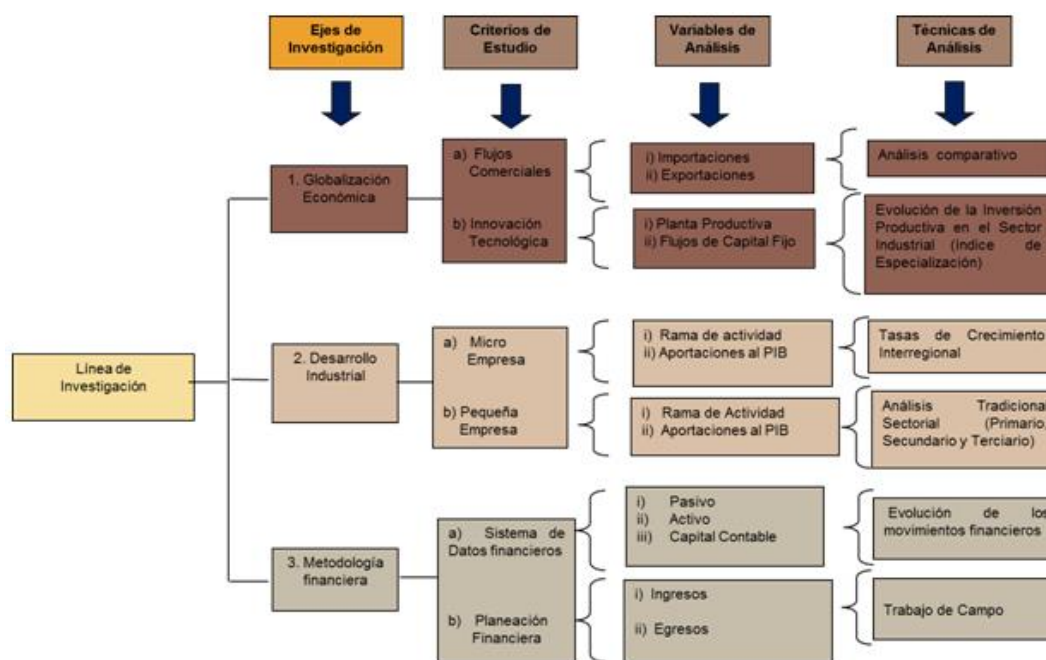
La planeación estratégica es una herramienta que permite a las organizaciones prepararse para enfrentar situaciones que se presentan en el futuro, ayudando con ello a orientar sus esfuerzos hacia metas realistas de desempeño (Mintzberg, 2014).

30.3 Método

Este apartado permitirá conocer los aspectos relevantes sobre cómo se llevará a cabo la investigación y también nos enumerará los instrumentos utilizados, sus características y su codificación, las variables, las categorías y los indicadores aplicados, sin olvidar aspectos de confiabilidad y validez analizados en el piloteo.

La estrategia metodológica, que para efectos del presente trabajo se ha diseñado, se apoya en los cambios y evolución que genera el proceso de la globalización en el sector industrial y comercial, específicamente en el empleo, ingresos, tecnología y manejo de capital financiero. Por tanto, atiende la problemática de la industria en el estado de Tlaxcala, situando en tres ejes la investigación. El primero de ellos es el impacto de la globalización económica donde se investigará en fuentes secundarias; el segundo revisará el desarrollo económico industrial (empleo e ingresos por actividad económica) de Tlaxcala a través de un análisis comparativo; el tercero es el análisis de la diferentes técnicas da planeación financiera, especialmente de la industria, se utilizará el análisis de trabajo de campo; los ejes, proporcionarán el marco general para indagar en el contexto de seis criterios de estudio, el poblacional, económico sectorial, flujos comerciales, innovación tecnológica, estructura productiva y financiera (ver figura 1).

Figura 30 Método General de Investigación



Fuente: Elaboración propia (2013)

Esta investigación pretende ir más allá de la descripción de conceptos o fenómenos y de las relaciones entre las variables de estudio, por lo que su principal interés, es explicar por qué la tendencia económica actual, producto de la falta de una cultura financiera, que no permite modernizar los sistemas de datos contables para la creación de una metodología, ha provocado una crisis económica en las organizaciones. Por lo consiguiente, se realizara un proceso de investigación exploratoria, basada en la revisión bibliográfica de trabajos de investigación en la rama financiera para las Mipymes con el fin de identificar las necesidades de los empresarios del estado y así generar estrategias que faciliten el diseño de una metodología con apoyo tecnológico. Es decir, la investigación es de tipo descriptiva, con un diseño no experimental, transversal y de campo.

Para efectos de la recolección de la información se ha tomado en cuenta una muestra estratificada considerando la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 pqN}{(N-1)e^2 + z^2 pq} \quad (30.6)$$

Donde los parámetros son:

n= Tamaño de la muestra.

z= Distribución normal estándar.

p= Proporción de población que posee la característica de interés.

q= Proporción de población que no posee la característica de interés.

N= Tamaño de la población.

e= Error

En el presente trabajo se utilizaron los siguientes valores: $z \approx 1.96$, $p= 0.5$, $q=0.5$,

$N \approx 210$ y $e \approx 0.05$, de donde se obtuvo que $n \approx 136$.

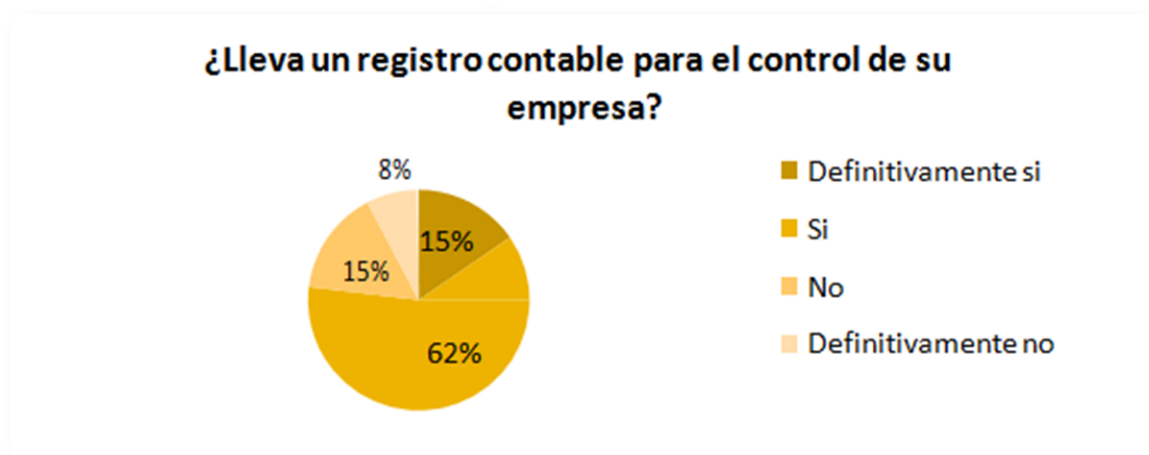
Para calcular la muestra ajustada se utiliza la siguiente formula

$$n_a = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}} \quad (30.7)$$

y al utilizar los datos anteriores se tiene que representativa es de 86 empresas.

30.4 Resultados y discusión

Los resultados obtenidos, muestran las carencias y áreas de oportunidad de las Mipyme Tlaxcaltecas en un ámbito de Planeación Estratégica Financiera, dicha información está orientada a la creación y consolidación de la creación de una metodología para la toma de decisiones financieras que sea de impacto y de utilidad que impulse el crecimiento y desarrollo de la entidad, los resultados relevantes se presentan en los siguientes gráficos:

Figura 30.1 Registro Contable

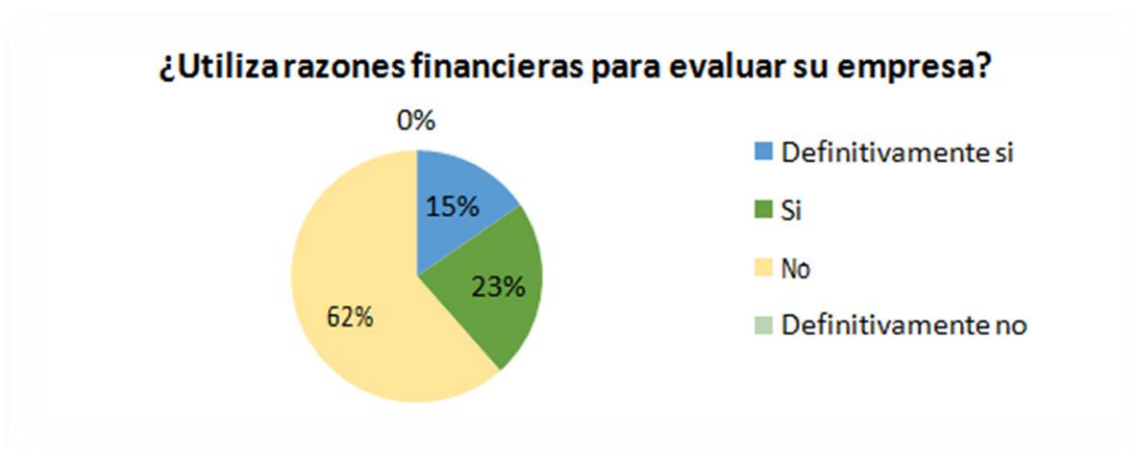
Fuente: Elaboración Propia, 2014

La gráfica muestra que las PYMES en Tlaxcala, en su mayoría manejan registros contables ya que el 77% manejan esta herramienta aunque no sea tan detallado.

Figura 30.2 Realización de los estados financieros

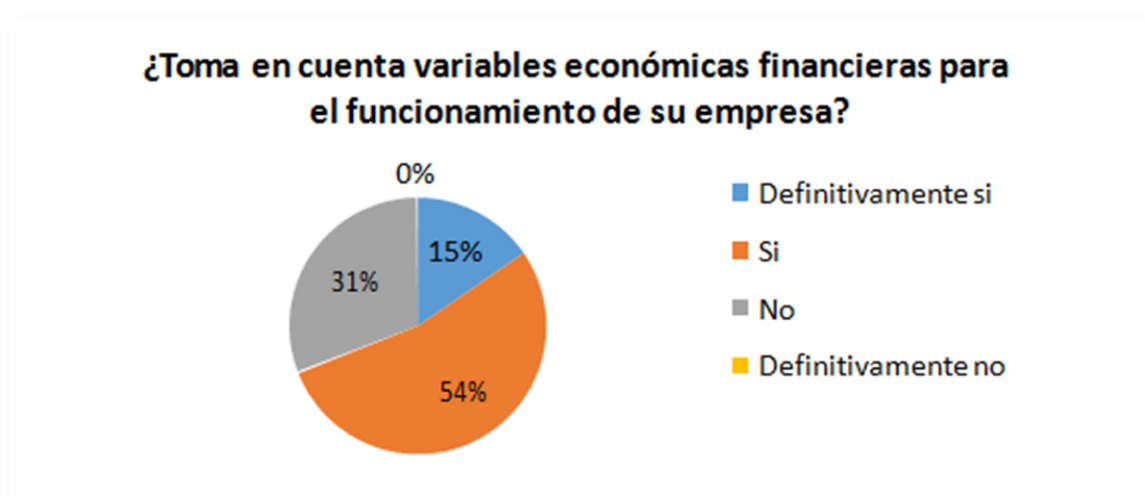
Fuente: Elaboración Propia, 2014

La mayoría de las PYMES utilizan sus registros contables para realizar sus estados financieros alrededor del 92%, lo cual representa una cantidad considerable de empresas preocupadas por su situación financiera.

Figura 30.3 Razones financieras

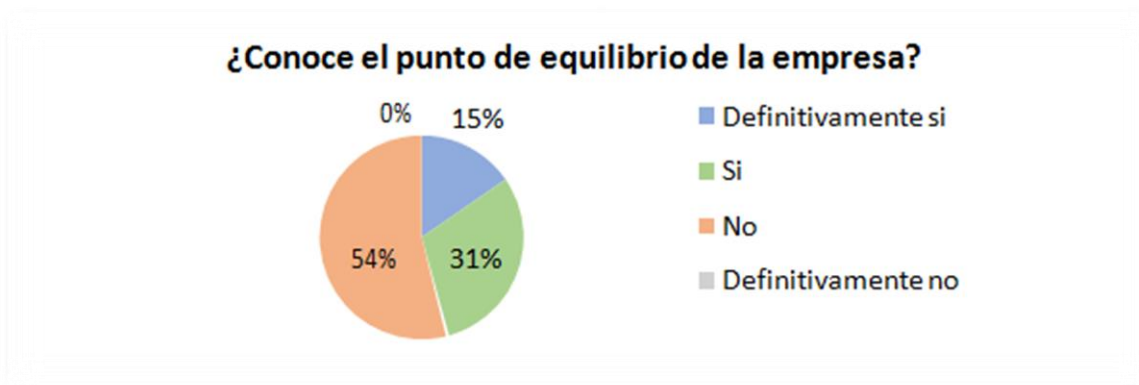
Fuente: Elaboración Propia, 2014

En este gráfico se observa que a pesar de que las empresas se preocupan por realizar sus estados financieros, no les sacan provecho a los mismos, ya que el 62% de empresas no obtienen razones financieras.

Figura 30.4 Variables económicas

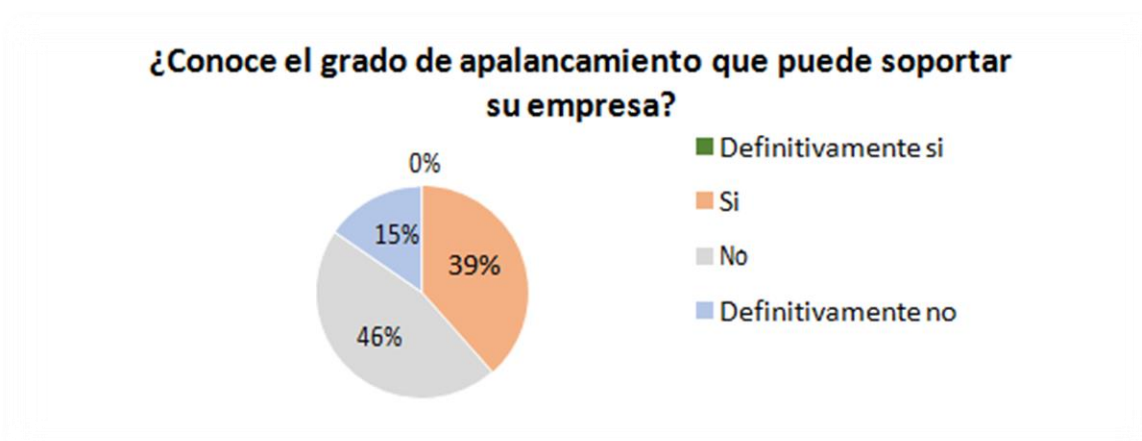
Fuente: Elaboración Propia, 2014

El 69% de las PYME incluyen variables económicas financieras para el funcionamiento de su empresa, lo cual denota un conocimiento y un compromiso fuerte de los sectores en los que se desempeñan.

Figura 30.5 Punto de equilibrio

Fuente: Elaboración Propia, 2014

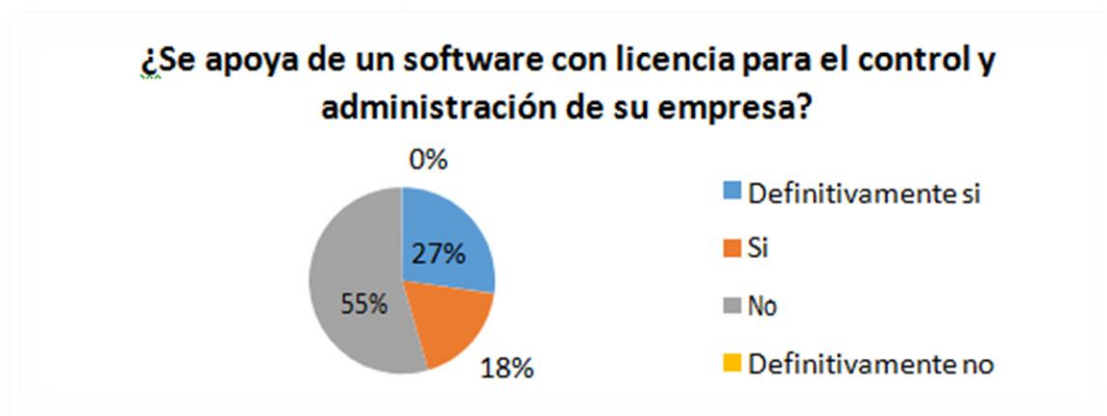
La figura anterior, describe que las micro y pequeñas empresas no conocen los datos básicos como el mínimo de ventas que deben alcanzar para recuperar los costos, lo anterior lo demuestra el 54% de empresas que no conocen su punto de equilibrio.

Figura 30.6 Apalancamiento

Fuente: Elaboración Propia, 2014

La gráfica muestra algo muy interesante, que el 61% de la micro y pequeña empresa desconocen el grado de endeudamiento y su capacidad para cumplir con sus compromisos financieros de largo plazo. Esto genera descontrol en las organizaciones, siendo una de las causas del cierre temporal o definitivo de estas empresas del estado de Tlaxcala.

Figura 30.7 Software para el control y administración



Fuente: Elaboración Propia, 2014

La figura muestra que la mayor parte de las empresas no utilizan herramientas informáticas para el control y administración de sus recursos financieros, esto representa un área de oportunidad para la implementación de la metodología para la toma de decisiones financieras basada un sistema informático.

De los resultados mostrados, se obtiene que las empresas utilizan registros contables y a su vez estos registros los utilizan para elaborar sus estados financieros, esto es de gran utilidad ya que esa información contable que generan puede tomarse como plataforma de la metodología, por otra parte un área de oportunidad detectada es que a pesar de que manejan estados financieros, no los usan para obtener razones financieras que apoyen el proceso de planeación estratégica y la toma de decisiones. Finalmente otro aspecto a tomar muy en cuenta es el uso de los sistemas informáticos, que si bien muchas empresas están inmiscuidas en estas prácticas, la encuesta denota una necesidad de impulsar aún más a las empresas hacia estas mismas.

30.5 Conclusión

La micro, pequeña y mediana empresa representa la mayor parte de las organizaciones establecidas en el estado de Tlaxcala. Sin embargo, presentan problemas financieros que afectan su permanencia en la actividad económica. Asimismo, la falta de personal capacitado en las áreas financieras, lo cual origina perdida de información, que dificulta la toma de decisiones para estos empresarios. Por otro lado, la falta de planeación perjudica en los costos de producción por no considerar indicadores financieros.

La micro y pequeña industria manufacturera del estado de Tlaxcala, necesitan de la aplicación de índices financieros que permitan el mejoramiento de la toma de decisiones gerenciales, basados en datos reales de las organizaciones en un periodo de tiempo determinado para el desarrollo de las empresas. Es importante mencionar que las Mipymes de Tlaxcala no se han preocupado por el uso del análisis financiero como mecanismo para conocer el estado actual de sus empresas (rentabilidad, inventarios y pago) y desarrollar estrategias que permita posicionarse en el mercado estatal, nacional e internacional.

Derivado de lo anterior, se propone el desarrollo de una metodología financiera que coadyuve al proceso de toma de decisiones, basada en los estados financieros y datos contables que generan las empresas, respaldada en los sistemas informáticos, que permita un manejo fácil e interactivo de la información.

30.6 Referencias

INEGI (2012) Anuario estadístico del Estado de Tlaxcala, INEGI, Gobierno del Estado de Tlaxcala., México, INEGI.

Morales, Arturo y Morales, José (2008). Principios de Finanzas, Trillas, México, México.

Oropeza, Arturo (2006). China: Entre el Reto y la Oportunidad, UNAM, CARI, México, México.

Saldívar, Antonio (1999). Planeación Financiera de la Empresa, Trillas, México, México.

Valdez, Rivera S. (2010). Diagnóstico en la empresa, Trillas, (pág. 271). México, México.

Vives, Antonio (2009). Evaluación Financiero de Empresas: El Impacto de la Devaluación y la Inflación, Trillas, México, México.

Zamora, Enrique (2012). Análisis Financiero para la Toma de Decisiones, 3 ed., Instituto Mexicano de Contadores Públicos, D.F., México

Komiya, Arturo (2014). Obtenido de Meditación y negocios: recuperado 26 de Marzo de 2014, en www.crecenegocios.com

Mintzberg, Henry (2007). Planeación estratégica, recuperado 26 de Marzo de 2014, en www.docente.unal.com

Orozco, Valerio. M. (2006). Planeación estratégica, recuperado 26 de marzo de 2014, en www.cucs.udg.mx

Como afecta los nuevos impuestos en la economía de la sociedad

Juan Silva, Claudia Moreno, Miguel Oseguera

J.Silva, C.Moreno, M.Oseguera Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato. Carretera Valle de Santiago-Huamimaro Kilómetro 1.2, 20 de Noviembre, 38400 Valle de Santiago, Guanajuato

Jsilva@utsoe.edu.mx

M. Ramos., V.Aguilera., (eds.) .Ciencia sociales y administrativas, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

The analysis of the changes included in the Fiscal Reform 2014 shows, claims to have increased tax revenues, generating controversy among taxpayers. A new way to tax for creating the Mexican tax regime Incorporation (RIF) starts. Another point of this reform that somehow affects taxpayers is the entry into force of levies on various products and services, focuses on consumer products that contain nutrients considered junk foods. Another controversy that arises is for the owners of dogs and cats as they also resent the tax burden to the Value Added Tax from 16% to pet foods. On the other hand, states in Mexico that are located in border area will be forced to pay the tax from 11 to 16 percent, which is approved in all Mexican territory issues affecting directly and indirectly taxpayers with small business. The objective is to analyze the problems that the implementation of Incorporation tax regime which taxed generated in Small Taxpayers Regime, by detecting any questions and needs that they have, in order to implement actions advisory management and control their accounts so they can contribute their tax obligations without difficulty. The method used for descriptive research is inductive type whereby the information that helped in the analysis and understanding of the issues that generated the tax reform was obtained. For this survey 25 questionnaires representing a sample of accounting legal consortium which gave us enough information that was used to determine the degree of dissatisfaction with taxpayers and thus identify needs to have among those taxpayers who are they applied a more training and advice on the RIF.

Introducción

Actualmente en México la recaudación fiscal, proviene de los ingresos que se obtienen por la venta de petróleo, ya que representa un 10% del PIB, en comparación con otros países miembros de la OCDE es del 19 y 25%, punto que señala la importancia de la reforma fiscal que en recientes fechas se aprobó y en la cual, se estima obtener una recaudación adicional estimando 1.4% del PIB para el 2014, pero la realidad, según los expertos será del 1.0%. Razones como esta, se presentan para incrementar la recaudación fiscal y así mejorar la economía de nuestro país. (OCD, 2014)

Dentro de la Reforma Fiscal, se determina desaparecer el Régimen de Pequeños Contribuyentes e implementar el Régimen de Incorporación Fiscal RIF, con la finalidad de que los propietarios de pequeños negocios se regularicen y paguen de acuerdo a sus ingresos de manera justa, motivo por el cual, se creó incertidumbre y duda de la manera en que tienen que llevar sus registros contables para cumplir con las obligaciones Fiscales

En la ciudad de Valle de Santiago, los contribuyentes que tienen pequeños negocios y que tributaban en el Régimen de Pequeños, han mostrado dificultades para entender las Reformas Hacendarias, el hecho de tener una contabilidad y de implementar un control para la expedición de facturas, los ha llevado incluso a pensar en la posibilidad de cerrar sus negocios, ya que argumentan que la carga impositiva es mucha y poco entendible. Por lo tanto en el presente trabajo se muestra el análisis de la no conformidad de los contribuyentes de la nueva reforma fiscal.

El fundamento legal del pago de contribuciones establecidas en la Constitución y en otras leyes, las cuales establecen las obligaciones, se mencionan algunas de ellas. Las personas físicas, están obligadas a contribuir para los gastos públicos conforme a las leyes fiscales respectivas. Las disposiciones se aplicarán en su defecto y sin perjuicio de lo dispuesto.

Son objeto de este impuesto los pagos efectuados en dinero o en especie, por concepto de remuneraciones al trabajo personal subordinado, independientemente de la designación que se les dé, dentro del territorio del Estado. (Learning, 2014). La Federación, el Estado, los Municipios, sus entidades para estatales y los organismos autónomos, están obligados al pago de este impuesto. Son responsables solidarios del pago de este impuesto quienes contraten o reciban la prestación del trabajo personal subordinado, no obstante que el pago se realice por conducto de terceros. (Diputados, 2014)

De los Impuestos de la Reforma Fiscal se tiene las siguientes modificaciones:

ISR. Quienes ganen 500 mil pesos en salarios al año pagarán una tasa de 30 por ciento del Impuesto Sobre la Renta, quienes obtengan 750 mil pesos anuales en salarios se aplicarán las tasas de ISR de 32 por ciento, y a los que obtengan ingresos superiores al millón de pesos al año será del 34%, y quienes ganen más de tres millones, el impuesto será de 35%. (Casasola, 2013)

Homologan IVA en la frontera. Para los estados que se ubican en zona fronteriza al norte de la república mexicana y para los estados que se ubican al sur de la república mexicana, se homologa a 16% en el IVA; que anteriormente era del 11%. (Casasola, 2013)

IVA a comida y venta de mascotas. Los alimentos para gatos, perros y otro tipo de especies pequeñas costarán 16 por ciento más en 2014. El impuesto se aplicará también si quieres comprar una mascota. (Excelsior, 2013)

Impuesto a refrescos y bebidas azucaradas. Se pagará un peso adicional por cada litro de este tipo de líquidos, entre los que se incluye a los concentrados, polvos, jarabes, esencias o extractos de sabores que al diluirse permitan obtener bebidas saborizadas, que contengan cualquier tipo de azúcares añadidas. (Miresles, 2014)

Impuesto al pan de dulce y alimentos con alto contenido calórico un 8%
Se incrementa un 8% el Impuesto Especial sobre Producción y Servicios alimentos con alto valor calórico, que contengan 275 kilocalorías o mayor por cada 100 gramos, un como dulces, confites, bombones, chocolates, nieves y helados y galletas. (Casasola, 2013)

Comida chatarra (Se consideran aquellos alimentos que no contiene nutrientes para el ser humano). Se incrementará a 8% el Impuesto Especial sobre Producción y Servicios, para alimentos llamados chatarra, alimentos que contengan 275 kilocalorías o mayor por cada 100 gramos, en los que se incluyen: dulces, confites, bombones, chocolates, nieves y helados, galletas y pastas alimenticias y cerveza. (Excelsior, 2013)

Impuesto a Goma De Mascar. Debido a que este producto no se considera un alimento, los consumidores deberán pagar un 16% adicional. (www.mexico.cnn.com, 2013)

Gasolina. A partir del 1 de enero del 2014 se incluye el impuesto especial sobre producción y servicios se aplicará a los combustibles fósiles, se incrementará 6 a 10 centavos mensuales la compra de gasolina Magna y 8 centavos la compra de gasolina Premium, y en el caso del diesel es de 13 centavos. (Casasola, 2013)

Cada mes la gasolina tendrá un aumento de 9 centavos para magna y 11 centavos para la Premium. (Diputados, 2014)

Transporte terrestre foráneo. Pagará un 16% adicional; quedan exentos los trenes y transporte en las zonas urbanas, suburbanas o en zonas metropolitanas. (Casasola, 2013)

Turbosina se gravará a partir de 2014, lo que significa que por cada litro se pagarán 12.40 pesos. La medida también incluye a otros kerosenos y se basa en la aplicación de un Impuesto Especial sobre Producción y Servicios. (Casasola, 2013)

Impuesto a explotación minera. Se tendrá que pagar el 7.5 de los ingresos por la explotación minera. De esta recaudación cada municipio del país donde se realiza esta explotación minera, recibirá 50% de los recursos recaudados con esta actividad. (Stratego, 2013)

Se elimina el IETU y el impuesto por depósitos. El Congreso determinó la desaparición del Impuesto Empresarial a Tasa Única (IETU) y el Impuesto a los Depósitos en Efectivo (IDE), con el objetivo de que los ingresos empresariales estén gravados solo en el ISR. (Rodríguez, 2013)

Joyería

En la compra de oro, joyas, orfebrería, piezas artísticas u ornamentales seguirá con tasa cero para ventas intermedias y cuando el contenido de oro del producto sea de al menos 80%. (Excelsior, 2013)

Espectáculos Libres De IVA

Los espectáculos deportivos, cine, teatro y circo quedan sin nuevos gravámenes

Puros

Los tabacos labrados hechos en México quedaron exentos de gravamen por el Impuesto Especial Sobre Producción y Servicios. (www.mexico.cnn.com, 2013)

Límite para la Deducción De Impuestos

Para 2014 los profesionistas (personas físicas) que realizan declaraciones anuales podrán deducir un monto máximo de 50% de su ingreso anual total. (SAT, 2014)

Gravamen Por Renta De Casas E Hipotecas

La compra de una vivienda que tenga un valor menor a 3 millones 500,000 pesos queda exenta del pago de IVA, así como el arrendamiento de vivienda y los créditos hipotecarios. (Learning, 2014)

Impuesto A Bebidas Alcohólicas

Las bebidas con graduación alcohólica de hasta 14° G.L. tendrán un impuesto de 26.5%, mientras que para las bebidas alcohólicas y cerveza con una graduación alcohólica mayor de 20° G.L., la tasa será de 53%. (Miresles, 2014)

El IVA A Colegiaturas

Las colegiaturas quedan exentas del pago de 16% de IVA (se elimina el iva a colegiaturas) (Miresles, 2014)

Otro de los impuestos que impacta a la economía de los pequeños empresarios de la región y el impuesto cédular sobre los ingresos. (Guanajuato, 2013)

La economía mexicana siempre ha tenido un lento desarrollo, un bajo nivel en la apertura de nuevas empresas, poca implementación de nuevos métodos para la agricultura, pocos empleos, y una actividad comercial inestable, lo cual hace a una nación no competitiva para otros países. Aunado a todo esto un bajo poder adquisitivo.

En medio del débil comportamiento de la actividad económica durante estos años, el sistema de indicadores nos indica que estos ciclos se presentan cada seis años y las estadísticas apuntan a que la economía mexicana se encuentra en fase recesiva.

A pesar del deterioro de este indicador, la Secretaría de Hacienda se mantiene optimista sobre el estado de salud de la economía al argumentar que el gasto público y las exportaciones se han fortalecido, y que será hasta finales de mayo cuando indique si recorta su meta de crecimiento de 3.9% para 2014. Conseguir un crecimiento mayor al 3% para 2014, pero una recuperación que podría iniciar en el segundo semestre para cerrar en 2.5%.

El trabajo que a continuación se muestra surge por la incertidumbre que toda esta carga impositiva, ha generado a los contribuyentes. Se realiza un análisis para detectar las dudas y necesidades que los contribuyentes que antes tributaban en el Régimen de Pequeños requieren y así poderles asesorar en el manejo y control de sus contabilidades para que puedan contribuir con sus obligaciones fiscales sin ninguna dificultad.

De acuerdo a los especialistas, la economía comenzará a repuntar de forma importante en la segunda mitad del año, impulsada principalmente por el sector exportador, por lo que estima una expansión de 3.2% para todo 2014. (Vázquez, 2014)

Esperando que al poder asesorar a los contribuyentes de tal manera que puedan contribuir sin mayor dificultad, los indicadores de recaudación fiscal pueden mejorar para los próximos años.

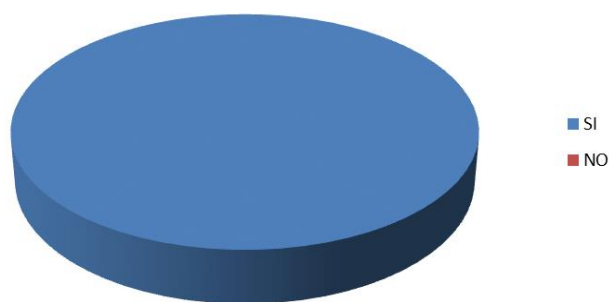
31.1 Metodología

El método utilizado para la investigación es inductivo del tipo descriptivo, planteando un análisis situacional, generado por una investigación de campo, utilizando una encuesta como herramienta, por medio de la cual se obtuvo la información que sirvió para detectar las dudas y necesidades que los contribuyentes tienen al pasar al RIF, por parte de los comerciantes del municipio de Valle de Santiago Guanajuato y sus alrededores. Para ello se considero que era necesario aplicar un número de 25 encuestas que representa el número de clientes jurídico contable. Para obtener la información se generó un cuestionario de 10 preguntas que se aplicó de manera personal a los contribuyentes que asisten al Consorcio Jurídico Contable ubicado en la ciudad de Valle de Santiago, Guanajuato. Específicamente a personas física, de manera personalizada directa, abordando a los contribuyentes cuando asistían a las oficinas, para saber su punto de vista sobre su incorporación al RIF.

31.2 Resultados y discusión

El tamaño de la muestra fue de 25 contribuyentes que son clientes del Consorcio. A continuación se muestra el resultado e interpretación del cuestionario aplicado de las preguntas más relevantes que sirvieron para realizar el análisis.

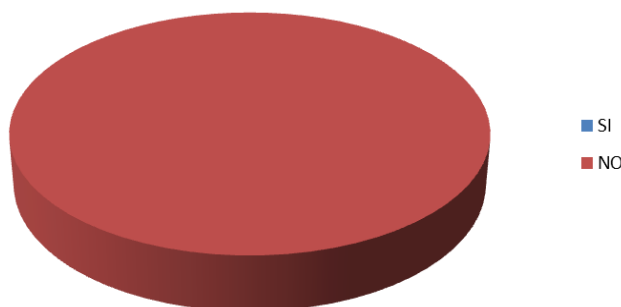
Figura 31 ¿Te afectó el traspaso al Régimen de Incorporación Fiscal?



Fuente de Elaboración Propia.

En la primera pregunta del cuestionario ¿Te afecta estar en el Régimen de Incorporación Fiscal? Todos los encuestados tienen incertidumbre en como tributar en el régimen.

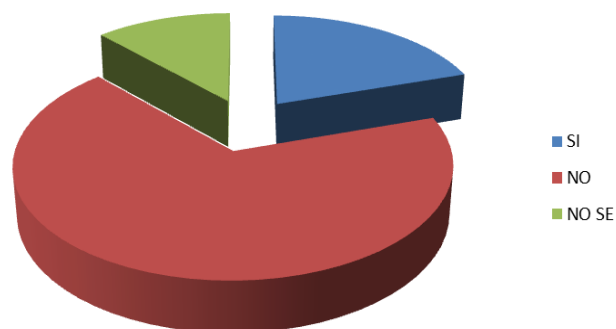
Figura 31.1 ¿Sabes el monto de impuesto que pagaras a partir del Régimen de Incorporación Fiscal?



Fuente de Elaboración Propia

Del total de contribuyentes encuestados ninguno tiene claro cuánto es lo que va a pagar de impuesto ahora en el RIF.

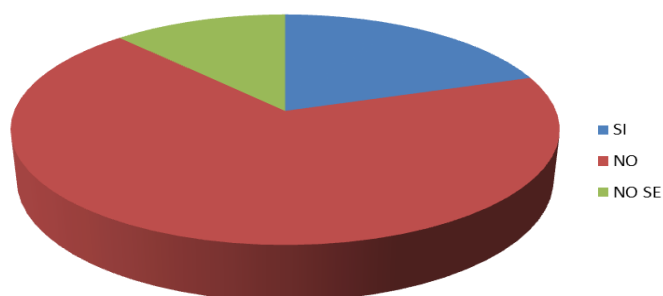
Figura 31.2 ¿Tienes una contabilidad que te facilite tus obligaciones fiscales?



Fuente de Elaboración Propia

El 70% de los contribuyentes encuestados no tienen una contabilidad clara y sustentable que les facilite sus obligaciones fiscales, el 10% no sabe o no tiene claro que hacer y el 20% restante tienen una contabilidad básica

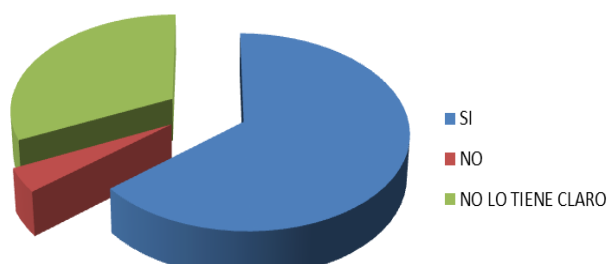
Figura 31.3 ¿Quiénes no están registrados, pagan Impuestos?



Fuente de Elaboración Propia

De la misma forma que la pregunta anterior, el desconocimiento de si pagan o no impuestos las personas que no están registradas. La mayoría de los encuestados no saben, únicamente el 10% de ellos dicen que sí.

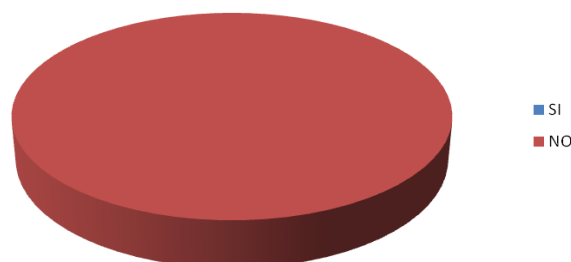
Figura 31.4 ¿Conoces, cuales deducciones tiene derecho de aplicar?



Fuente de Elaboración Propia

De los contribuyentes encuestados el 64% declaran saber cuáles son las deducciones a las que tienen derecho de aplicar, el 4% no lo sabe y el resto no lo tiene claro, duda en el momento de especificarlas.

Figura 31.5 ¿Conoces uso y manejo del apartado de mis cuentas que el SAT puso en su página de internet para el control de los contribuyentes del RIF?



Fuente de Elaboración Propia

En la gráfica anterior nos muestra que ninguno de los contribuyentes sabe y conoce el uso y función que tiene el apartado de mis cuentas que el Servicio de Administración Tributaria implemento en su página de internet, para que los usuarios presenten la información correspondiente de sus actividades.

La ultima pregunta fue de tipo abierta donde se le cuestionaba a los socios sobre las necesidades que tienen para entender mejor las cambios al RIF y de esta manera cumplir adecuadamente con sus obligaciones, a continuación se presenta la tabla con la información obtenida.

Tabla 31 Necesidades de los Contribuyentes

Servicio	% de Encuestados
Asesoría contable	100%
Asesoría fiscal	100%
Capacitación sobre reformas	100%
Capacitación mis cuentas	100%
Contratación de contador	100%

Fuente: Elaboración propia

De la tabla anterior se determina que todos los encuestados tienen la necesidad de tener asesorías contables y fiscales para entender las nuevas obligaciones que se tienen ahora al cambio de régimen, del mismo modo manifestaron requerir de capacitación sobre las reformas fiscales, el uso del apartado de mis cuentas y la necesidad de contratar a un especialista para que les ayude con el cumplimiento de sus obligaciones.

A cuestionar a los contribuyentes su puede detectar la falta de conocimiento que tienen sobre las Reformas Fiscales, la incertidumbre que esto les ocasiona, a tal grado que varios han considerado el hecho de cerrar sus negocios, o pasarse al comercio informal.

No tienen claro de cómo controlar sus ingresos, de cómo registrar o llevar una contabilidad para el manejo de sus recursos y de esta forma realizar con el pago de impuestos correspondientes, por tanto las necesidades detectadas que tienen para un mejor manejo de sus negocios

El cambio de Régimen es otro punto del cual no están convencidos, no le ven las ventajas o los alcances que las autoridades plantean tener.

31.3 Conclusión

Se determina mediante el análisis efectuado, que los contribuyentes no están de acuerdo con las Reformas porque el pago de impuestos no es equitativo con el ingreso que se percibe.

Se detectaron las necesidades que los contribuyentes tienen para contribuir en el nuevo régimen que era el objetivo principal del análisis.

Se considera que falta información clara y precisa por parte de las autoridades, para que los contribuyentes entiendan y se comience a generar una mayor cultura para con el pago de impuestos.

De igual manera la autoridad no considera el poder adquisitivo para implementar la Reforma fiscal, y que no afecten la economía familiar.

El trabajo que les genera ahora al llevar un control contable, le ocasiona más gastos operativos ya que tienen que contratar personal que se encargue en estar recabando información (Factura) y alguien que conozca de las tecnologías de la información, para realizar las declaraciones correspondientes.

El descontento de los contribuyentes sobre estas nuevas reformas, los ha llevado incluso pensar en la posibilidad de cerrar sus negocios, por desconocimiento, porque les generan más gastos, no ven el beneficio que tendrán, la carga impositiva es mayor y la retroalimentación por las autoridades correspondientes es poca.

31.4 Referencias

Casasola, T. (25 de 12 de 2013). *www.eluniversal.com.mx*. Recuperado el 15 de 01 de 2014, de *www.eluniversal.com.mx*: <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas-carera/2013/enterate-cuales-son-los-nuevos-impuestos-de-2014-975093.html>

Diputados, C. d. (25 de 01 de 2014). <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/8.pdf>. Recuperado el 25 de 01 de 2014, de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/8.pdf>: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/8.pdf>

Excelsior. (28 de 2013 de 2013). *Excelsior*. Recuperado el 25 de 01 de 2014, de Excelsior: <http://www.oecd.org/centrodemexico/publicaciones/economiaycrecimiento.htm>

Guanajuato, G. d. (2013). *Legislación Fiscal 2013 del Estado de Guanajuato*.

Guanajuato: Grupo de Servicios Gráficos del Centro, S.A. de C.V.

Learning, C. (2014). Prontuario Fiscal 2014. En Varios, *Prontuario Fiscal 2014*. México: Cengage Learning.

Miresles, T. (06 de 01 de 2014). *www.contadorestorresmireles.com*. Recuperado el 24 de 01 de 2014, de *www.contadorestorresmireles.com*: <http://www.contadorestorresmireles.com/boletines-informativos/35-nuevas-reformas-fiscales.html>

OCD. (25 de 01 de 2014).

<http://www.oecd.org/centrodemexico/publicaciones/economiaycrecimiento.htm>. Recuperado el 25 de 01 de 2014, de

<http://www.oecd.org/centrodemexico/publicaciones/economiaycrecimiento.htm>

Rodríguez, F. V. (26 de 12 de 2013). *www.puntorevista.com*. Recuperado el 24 de 01 de 2014, de *www.puntorevista.com*:<http://www.puntorevista.com/columnas/puntodevista/punto-de-vista261213.html>

SAT. (01 de 01 de 2014). *www.sat.gob.mx*. Recuperado el 24 de 01 de 2014, de *www.sat.gob.mx*: http://www.sat.gob.mx/fichas_tematicas/reforma_fiscal/Paginas/deducciones-_autorizadas_2014.aspx

Stratego, A. (26 de 12 de 2013). *www.asesores-stratego.com*. Recuperado el 24 de 01 de 2014, de *www.asesores-stratego.com*: <http://asesores-stratego.com/publicaciones/los-nuevos-impuestos-para-el-2014/>

Vázquez, E. (09 de 05 de 2014). *www.cnnexpansión.com*. Recuperado el 09 de 05 de 2014, de <http://www.cnnexpansion.com/economia/2014/05/08/analistas-ven-fin-de-recesion-en-junio?newsvcnn2=1399657167>

www.mexico.cnn.com. (31 de 10 de 2013). Recuperado el 24 de 01 de 2014, de

www.mexico.cnn.com:<http://mexico.cnn.com/nacional/2013/10/31/cuales-son-los-nuevos-impuestos-que-pagaras-en-2014#iniComentarios>

Apéndice A . Consejo Editor Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato

Aguilera Santoyo- Virginia, PhD
Rectora de la Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato.

Gordillo Sosa- José Antonio, cPhD
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Tecnologías de la Información y Comunicación

Contreras Medina-David Israel, cPhD
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Ingeniería en Negocios y Gestión Empresarial

Corral García-María del Socorro, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Mecánica y Mantenimiento Área Industrial

Ramírez Cano- Teresa, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Desarrollo de Negocios y Contaduría

Rivas García-Olimpia Liliana, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Coordinación Académica

Moreno Villanueva-Emanuel, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Ingeniería en Metal Mecánica

Pérez Ríos-Miriam Estelina, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Procesos Alimentarios

Apéndice B . Consejo Editor ECORFAN

Ángeles Castro- Gerardo, PhD
Instituto Politécnico Nacional, Mexico

Guzmán Hurtado- Juan, PhD
Universidad Real y Pontifica de San Francisco Xavier, Bolivia

Peralta Ferriz- Cecilia, PhD
Washington University, E.U.A

Yan Tsai- Jeng, PhD
Tamkang University, Taiwan

Miranda Torrado- Fernando, PhD
Universidad de Santiago de Compostela, España

Palacio- Juan, PhD
University of St. Gallen, Suiza

David Feldman- German, PhD
Johann Wolfgang Goethe Universität, Alemania

Guzmán Sala- Andrés, PhD
Université de Perpignan, Francia

Vargas Hernández- José, PhD
Keele University, Inglaterra

Hira- Anil , PhD
Simon Fraser University, Canada

Villasante – Sebastian, PhD
Royal Swedish Academy of Sciences, Suecia

Navarro Frómata -Enrique, PhD.
Instituto Azerbaidzhan de Petróleo y Química Azizbekov, Rusia

Beltrán Morales -Luis Felipe, PhD.
Universidad de Concepción, Chile

Araujo Burgos -Tania, PhD.
Universita Degli Studi Di Napoli Federico II, Italia

Pires Ferreira Maranhão- José , PhD
Federal University of Maranhão, Brasil

Luo- Yongli, PhD
Wayland Baptist University, Texas

Pacheco Bonrostro- Joaquín, PhD
Universidad de Burgos, España

García y Moisés– Enrique, PhD
Boston University, E.U.A

Raúl Chaparro- Germán , PhD
Universidad Central, Colombia

Ordóñez Gutiérrez -Sergio,PhD.
Université Paris Diderot , Francia.

Gandica de Roa- Elizabeth, PhD
Universidad Católica del Uruguay, Montevideo

Segovia Vargas- María , PhD
Universidad Complutense de Madrid, España

Laguna- Manuel, PhD
University of Colorado, E.U.A

Salgado Beltrán- Lizbeth, PhD
Universidad de Barcelona, España

Quintanilla Córdor- Cerapio, PhD
Universidad Nacional de Huancavelica, Peru

García Espinosa- Cecilia, PhD
Universidad Península de Santa Elena, Ecuador

Bardey- David, PhD
University of Besançon, Francia.

Ibarra Zavala-Darío,PhD
New School for Social Research,E.U.A

Cobos Campos -Amalia, PhD
Universidad de Salamanca, España

Alvarez Echeverría -Francisco, PhD.
University José Matías Delgado, El Salvador.

Rocha Rangel -Enrique, PhD
Oak Ridge National Laboratory, E.U.A

Tutor Sánchez -Joaquín PhD
Universidad de la Habana, Cuba.

Verdegay Galdeano -José-, PhD
Universidad de Granada, España.

Ruiz Aguilar -Graciela, PhD
University of Iowa, E.U.A

Soria Freire -Vladimir, PhD
Universidad de Guayaquil, Ecuador.

Beltrán Miranda -Claudia, PhD
Universidad Industrial de Santander, Colombia

Apéndice C . Comité Arbitral Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato

Barrón Adame- José Miguel, PhD
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Tecnologías de la Información y Comunicación

Ramírez Lemus-Lidia, PhD
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia

Ramírez Minguela-José de Jesús, PhD
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Mecánica Área Industrial

Rosales García-Juan, PhD
Universidad de Guanajuato
Ingeniería Eléctrica

Thomson López-Reynaldo, PhD
Universidad de Guanajuato
Gestión Empresarial

Gómez Aguilar- José Francisco, PhD
Universidad Autónoma de México
Materiales

Córdova Fraga- Teodoro, PhD
Universidad de Guanajuato
Físico Médica

Ruiz Pinales- José, PhD
Universidad de Guanajuato
Eletrónica

González Parada- Adrián, PhD
Universidad de Guanajuato
Ingeniería Eléctrica

Guzmán Cabrera- Rafael, PhD
Universidad de Guanajuato
Ingeniería Eléctrica

Ireta Moreno- Fernando, PhD
Universidad de Guanajuato
Ingeniería Eléctrica

Arroyo Figueroa- Gabriela, PhD
Universidad de Guanajuato
Procesos Agroindustriales

Mercado Flores- Juan, PhD
Universidad de Guanajuato
Bioquímica de Alimentos

López Orozco- Melva, PhD
Universidad de Guanajuato
Bioquímica de Alimentos

Quintanilla Domínguez-Joel, cPhD
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Tecnologías de la Información y Comunicación

Pérez García-Vicente, cPhD
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Ingeniería en Metal Mecánica

Aguilar Moreno-Antonio Alberto, cPhD
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Mecánica Área Industrial

Rodríguez Muñoz-José Luis, cPhD
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Mecánica Área Industrial

Aguirre Puente- José Alfredo, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Tecnologías de la Información y Comunicación

Huerta Mascote- Eduardo Huerta, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Tecnologías de la Información y Comunicación

Rico Moreno- José Luis, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Tecnologías de la Información y Comunicación

Cano Contreras-Martín, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Tecnologías de la Información y Comunicación

Ferrer Almaraz-Miguel Almaraz, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Mecánica Área Industrial

Arreguín Cervantes-Antonio, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Mecánica Área Industrial

Ledesma Jaime-Reynaldo, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Mecánica Área Industrial

Avilés Ferrera-José Josías, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Ingeniería en Mantenimiento Industrial

Mendoza García- Patricia del Carmen, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia

Almanza Serrano-Leticia, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia

Ramírez Barajas-Alejandro, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Ingeniería en Negocios y Gestión Empresarial

Santamaría Ramírez-Yuridia Guadalupe, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Ingeniería en Negocios y Gestión Empresarial

Uribe Plaza- Guadalupe, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Ingeniería en Negocios y Gestión Empresarial

Silva Contreras-Juan, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Contaduría

Andrade Oseguera-Miguel Ángel, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Contaduría

Ambriz Colín-Fernando, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Mantenimiento Área Industrial

Cano Ramírez-Jaime, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Mantenimiento Área Industrial

Acosta Navarrete-María Susana, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Procesos Alimentarios

Morales Félix-Verónica, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Procesos Alimentarios

Castañeda Ramírez-José Cristóbal, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Procesos Alimentarios

López Ramírez-María Elena, MsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Agricultura Sustentable y Protegida

Guzmán Sepúlveda-José Rafael, MsC
Universidad Autónoma de Tamaulipas
Mecatrónica

Tapia Ortega- José Noé, MsC
Universidad De La Salle Bajío
Coordinador de Maestría en Admón. Educativa

Guía Calderón- Manuel, MsC
Universidad de Guanajuato
Ingeniería Eléctrica

Hernández Fusilier- Donato, MsC
Universidad de Guanajuato
Ingeniería Electrónica

Mosqueda Serrano- Fátima del Carmen, MsC
Universidad Tecnológica del Norte de Guanajuato
Gastronomía

Rodríguez Vargas- María de Jesús, BsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Tecnologías de la Información y Comunicación

Carmona García-Nélida, BsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia

Núñez Ledesma- Marcela Alejandra, BsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Diseño y Moda Industrial área Producción

Rodríguez Sánchez-Marcos, BsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Mantenimiento Área Industrial

Maciel Barajas-Gloria Elena, BsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Procesos Alimentarios

Pérez Rios- Lenin Waldir, BsC
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato
Procesos Alimentarios

