

ISSN 2444-5010

# Revista de Negocios & PyMES

Volumen 2, Número 6 - Octubre - Diciembre - 2016

**ECORFAN<sup>®</sup>**

## Indización



**ECORFAN®**

- Google Scholar
- Research Gate
- REBID
- Mendeley
- RENIECYT

## **ECORFAN-Spain**

### **Directorio Principal**

RAMOS-ESCAMILLA, María. PhD

### **Director Regional**

MIRANDA-GARCÍA, Marta. PhD

### **Director de la Revista**

IGLESIAS-SUAREZ, Fernando. BsC

### **Edición de Logística**

PERALTA-CASTRO, Enrique. MsC

### **Diseñador de Edición**

SORIANO-VELASCO, Jesús. BsC

Revista de Negocios & PyMES, Volumen 2, Número 6, de Octubre a Diciembre - 2016, es una revista editada trimestralmente por ECORFAN-Spain. Calle Matacerquillas 38, CP: 28411. Morazarzal -Madrid.  
WEB: [www.ecorfan.org/spain](http://www.ecorfan.org/spain), [revista@ecorfan.org](mailto:revista@ecorfan.org). Editora en Jefe: RAMOS-ESCAMILLA, María. PhD, Co-Editor: MIRANDA-GARCÍA, Marta. PhD, ISSN 2444-5010. Responsables de la última actualización de este número de la Unidad de Informática ECORFAN. ESCAMILLA-BOUCHÁN, Imelda. PhD, LUNA-SOTO, Vladimir. PhD, actualizado al 31 de Diciembre 2016.

Las opiniones expresadas por los autores no reflejan necesariamente las opiniones del editor de la publicación.

Queda terminantemente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin permiso del Centro Español de Ciencia y Tecnología.

## **Consejo Editorial**

MARTINEZ-HERNADEZ, Mizraim. PhD  
*Colegio Universitario de Distrito Federal, México*

CAMPOS-RANGEL, Cuauhtemoc. PhD  
*Universidad Autónoma de Tlaxcala, México*

TAVERA-CORTES, María. PhD  
*UPIICSA-IPN, México*

COTA-YAÑEZ, Rosario. PhD  
*Universidad de Guadalajara, México*

BLANCO-ENCOMIENDA, Javier. PhD  
*Universidad de Granada, España*

GUILLEN-MODRAGON, Irene. PhD  
*Universidad Autónoma Metropolitana, México*

ALIAGA-LORDEMANN, Francisco. PhD  
*Universidad de Zaragoza, España*

TREJO-GARCÍA, José. PhD  
*Escuela Superior de Economía-IPN, México*

MORAN-CHIQUITO, Diana. PhD  
*Universidad Autónoma Metropolitana, México*

CAMPOS-ALVAREZ, Rosa. PhD  
*Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México*

## **Consejo Arbitral**

SCC. PhD

*Universidad Politécnica de Tlaxcala, México*

BPZA. PhD

*Universidad Tecnológica de Nezahualcoyotl, México*

GMR. PhD

*Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México*

KCA. BsC

*Universidad Panamericana, México*

STM. PhD

*Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México*

AHI. PhD

*Universidad de las Américas Puebla, México*

ABD. PhD

*Escuela Superior de Economía-IPN, México*

PRR. PhD

*Universidad Iberoamericana, México*

RDL. PhD

*Universidad de Sonora, México*

FRM. MsC

*Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México*

## Presentación

ECORFAN, es una revista de investigación que publica artículos en el área de: Revista de Negocios & PyMES

En Pro de la Investigación, Enseñando, y Entrenando los recursos humanos comprometidos con la Ciencia. El contenido de los artículos y opiniones que aparecen en cada número son de los autores y no necesariamente la opinión de la Editora en Jefe.

Como primer artículo está Promoción de la cultura emprendedora empresarial, coaching de estudiantes universitarios a estudiantes de educación básica por ALARCON Carla, PUIG Jessica, SALINAS Oscar y GUTIERREZ Amparo con adscripción *Universidad Tecnológica Emiliano Zapata del Estado de Morelos*, como siguiente artículo Política pública y brecha digital en México por MOLINA-MARTÍNEZ Rubén, BONALES-VALENCIA Joel y DÍAZ-BUCK Anid Vanessa con adscripción *Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo*, como siguiente artículo La satisfacción en el trabajo y su relación con los resultados financieros de las pymes turísticas por ARGÜELLES-MA Luis Alfredo, QUIJANO-GARCIA Román Alberto, FAJARDO Mario Javier y MEDINA-BLUM Fernando con adscripción *Universidad Autónoma de Campeche*, como último artículo Estudio de las empresas de Empréstito en la región Sureste De México, Para la Generación de un Modelo de Mejora Continua por MONTEJO-CASTRO Elsi del Carmen, ELISEO-DANTÉS Hortensia, MENESES-HERNÁNDEZ José Luis y FUENTES-LÓPEZ Mayra Edilia con adscripción *Departamento de Ingeniería Industrial. Instituto Tecnológico de Villahermosa*.

## Contenido

| Artículo  | Página |
|---|--------|
| <b>Promoción de la cultura emprendedora empresarial, coaching de estudiantes universitarios a estudiantes de educación básica</b><br>ALARCON, Carla, PUIG, Jessica, SALINAS, Oscar y GUTIERREZ, Amparo  | 1-11   |
| <b>Política pública y brecha digital en México</b><br>MOLINA-MARTÍNEZ, Rubén, BONALES-VALENCIA, Joel y DÍAZ-BUCK, Anid Vanessa  | 12-24  |
| <b>La satisfacción en el trabajo y su relación con los resultados financieros de las pymes turísticas</b><br>ARGÜELLES-MA, Luis Alfredo, QUIJANO-GARCIA, Román Alberto, FAJARDO, Mario Javier y MEDINA-BLUM, Fernando                                   | 25-34  |
| <b>Estudio de las empresa de Empréstito en la región Sureste De México, Para la Generación de un Modelo de Mejora Continua</b><br>MONTEJO-CASTRO, Elsi del Carmen, ELISEO-DANTÉS, Hortensia, MENESES-HERNÁNDEZ, José Luis y FUENTES-LÓPEZ, Mayra Edilia | 35-41  |

*Instrucciones para Autores*

*Formato de Originalidad*

*Formato de Autorización*

## Promoción de la cultura emprendedora empresarial, coaching de estudiantes universitarios a estudiantes de educación básica

ALARCON, Carla†\*, PUIG Jessica, SALINAS, Oscar y GUTIERREZ, Amparo

*Universidad Tecnológica Emiliano Zapata del Estado de Morelos*

Recibido 2 de Agosto, 2016; Aceptado 8 de Noviembre, 2016

### Resumen

Se realizó un estudio prueba inicial, como un modelo de incubadora empresarial orientada hacia inculcar la cultura de emprendedor de negocios desde la infancia. Esta propuesta se ve fortalecida debido a que participaron estudiantes universitarios en el proyecto donde su objetivo fue ser los tutores de niños de educación básica, primaria en esta primera fase. Cada uno de los estudiantes universitarios, primero recibió entrenamiento en el ámbito de incubación de empresas según el modelo de emprendimiento en niños por parte de la universidad, lo cual fortalece el conocimiento adquirido en su formación universitaria en el área de negocios y gestión empresarial y después de ser capacitados, su trabajo fue ser tutores empresariales de un grupo de niños de educación primaria, al término del proceso de prueba en las primarias durante los años 2012 a 2015 se trabajó con 32 coaching formando 64 empresas en 4 primarias de los municipios de Cuernavaca, Jiutepec y Emiliano Zapata en Morelos donde se implementó el programa en cerca de 253 de niños; de estas 64 empresas formadas, 6 se convirtieron en negocio familiar, apoyando con la economía de 6 familias directamente y alrededor de 20 más de manera indirecta. Es importante mencionar que se otorgó apoyo económico a los niños con el fin de que este no se convirtiera en un obstáculo en su ejercicio empresarial.

**Emprendedor empresarial, tutoría de negocios, incubación.**

### Abstract

An initial test study was conducted as a business incubator model oriented to inculcate the culture of entrepreneurial business since childhood. This proposal is strengthened because college students participated in the project where your goal was to be the coaches of children of basic education, primary in this first phase. Each of college students, first received training in the field of business incubation, which strengthens the knowledge acquired in their university education in the area of business development. After being trained, the work was being business guardians of a group of primary schoolchildren, at the end of the testing process were incubated successfully formally 15 companies, 6 of which became family business, supporting the economy of 6 families directly and about 20 more indirectly. It is noteworthy that financial support was given to children so that this does not become an obstacle in their business practice. A teacher trained in the field of business incubation coordinated the proposal supported by the business incubator college.

**Coaching, entrepreneur, business incubation.**

**Citación:** ALARCON, Carla, PUIG, Jessica, SALINAS, Oscar y GUTIERREZ, Amparo. Promoción de la cultura emprendedora empresarial, coaching de estudiantes universitarios a estudiantes de educación básica. Revista de Negocios y PYMES 2016, 2-6: 1-11

† Investigador contribuyendo como primer autor.

\*Correspondencia al Autor Correo Electrónico: carlaalarcon@utez.edu.mx



## Introducción

El INEGI ha publicado un estudio donde menciona que en México se reportan principalmente 3 clase sociales que son alta con el 1.7% de la población, 39.2% pertenece la clase media y la baja pertenece al 59.1% de las personas en México.

Por otro lado la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) presentó el Programa de Protección al Consumidor 2013-2018, en el cual dividió a la población mexicana (112 millones 336,538 personas) en 6 clases sociales determinadas por sus “funciones, costumbres, situación económica y de poder”, con el fin estudiar el perfil del consumidor actual y los dividió de la siguiente manera:

- Baja baja representa el 35% de la población mexicana, es decir 39 millones 317,788 personas; compuesta por trabajadores temporales, inmigrantes, comerciantes informales, desempleados y gente que vive de la asistencia social.
- Baja Alta: el 25 % de la población compuesta por 28 millones 084,134 personas y, está conformada por la “fuerza física de la sociedad” que realizan “arduos trabajos a cambio de un ingreso ligeramente superior al mínimo”.
- Media baja compuesta por el 20% de las población con 22 millones 467,307 personas donde los ingresos no son sustanciosos pero si son estables está compuesta por oficinistas, técnicos supervisores y artesanos calificados.
- Media Alta considerada la clase media con el 14% de la población 15 millones 727 115 personas donde incluye buenos salarios e ingresos estables, compuesta por hombres de negocios y profesionales exitosos.
- Alta Baja la integra el 5% de la población mexicana es decir 5 millones 616,826 personas, con ingresos cuantiosos y estables y la componen familias ricas de pocas generaciones atrás
- Alta-alta integrada por el 1% de la población con un total de 1 millón 123,365 personas compuesta por antiguas familias ricas que durante varias generaciones han sido prominentes y cuya fortuna es tan vieja que no recuerdan como la obtuvieron.

Tomando en cuenta esto, se puede observar que la mayor parte de la población pertenece a clase baja y según el INEGI, México cuenta con 5 millones 144 mil 56 empresas que emplean a 27 millones 727 mil 406 personas y de las cuales el 92.5% son microempresas 4.3 % son pequeñas empresas. 03% son medianas y 0.2 % son grandes empresas. Con estos datos podemos descifrar que es indispensable generar acciones que permitan que esta situación en nuestro país mejore y debemos dar alternativas para ellos.

Una de las acciones es la enseñanza y crear la cultura de generar empresas que permitan mejorar la calidad de vida de los más necesitados; sin embargo se considera que esta enseñanza debe venir como parte de la cultura y costumbres personales por lo cual la UTEZ creo el programa denominado coaching de la universidad a los estudiantes de educación básica para la promoción de la cultura empresarial de negocios.

## Hipótesis

El generar el coaching empresarial desde la infancia genera cultura emprendedora tanto en el estudiante de educación básica como en su entorno familiar, genera el emprendimiento en los asesores y en los tutores.

### Metodología a desarrollar

“Sócrates sostenía que “la investigación es el objetivo primordial y el fin básico de la existencia del ser humano”. De hecho, cuando el hombre enfrenta un problema comienza por naturaleza a cuestionarse sobre el porqué, cómo y para qué. En este sentido, los seres humanos desde pequeños vivimos este proceso, posiblemente en un principio tiene un carácter espontáneo y en gran medida sin fundamento, es decir por sentido común”

Recientemente la AMAI (Asociación de Agencias de Investigación de Mercados), publicó una definición: La investigación de mercados es el uso del método científico para identificar y definir oportunidades y problemas de mercadotecnia, generar, redefinir y evaluar las acciones de mercadotecnia, de monitoreo de sus realizaciones, y mejorar el entendimiento del proceso mercadotécnico.

La investigación de mercados especifica la información requerida y dirige la obtención de resultados. Diseña los métodos para recolectar la información, administra e instrumenta los procesos de recolección, analiza y comunica sus resultados y sus implicaciones. En esta investigación se utilizó la investigación de mercados con el método cuantitativo con el instrumento de encuesta y con el método de observación.

El cuestionario es una herramienta de gran utilidad en la investigación de mercados, debido a que las preguntas son específicas y recolecta aspectos esenciales de la problemática a estudiar así como se precisa de manera real la cantidad de personas que se van a entrevistar. La técnica de cuestionario nos permite también monitorear el estudio que se realizó tiempo atrás y los cambios que ha tenido, además de que proporciona información que puede ser medida estadísticamente, en el diseño de esta investigación implica la elaboración de un formato o cuestionario preestablecido, los resultados pueden ser proyectados al universo de estudio.

La observación. Es de las técnicas más comunes en la investigación de mercados y permite estudiar de manera real la percepción visual sobre el objeto de estudio, así como las emociones, formas de uso y comportamientos, permitiendo al observador recolectar datos reales de comportamiento sobre ciertas circunstancial socioculturales que en este caso es el emprendimiento en los niños, asesores de los niños y familias de los niños emprendedores.

### Desarrollo de Secciones y Apartados del Artículo con numeración subsecuente

Desde el 2012 la Universidad Tecnológica Emiliano Zapata del Estado de Morelos, a través del Programa de Emprendedores y de la Fundación Educación Superior-Empresa, ha implementado un programa en las escuelas primarias para que sus alumnos desarrollen capacidades en la generación de sus propios empleos y ha tenido como resultado la aplicación del programa en 4 primarias desde su inicio, generando un total de 64 empresas que involucran alrededor de 253 niños entre quinto y sexto de primaria (10 a 12 años) así como a sus familias , 32 alumnos universitarios y 2 tutores los cuales son maestros de la UTEZ.

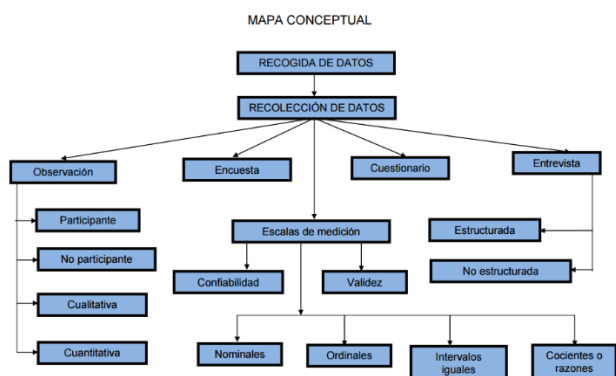


Figura 1 Mapa conceptual

El programa Mi Primera Empresa “Emprender Jugado” surge por la necesidad de fomentar la cultura emprendedora en jóvenes estudiantes de educación superior quienes asesoran a niños de 5° y 6° grado de primaria para que creen un negocio con fines lúdicos, fabriquen un producto, lo comercialicen y administren los ingresos y egresos con el acompañamiento de un tutor docente universitario.

Por ejemplo en el estado de Morelos en 2005, el Estado de Morelos presentó un Índice de Desarrollo Humano de 0.8185, cercano al nacional; sin embargo, los niveles de bienestar se concentraron en municipios urbanos, lo que indica fuertes desigualdades. Además, Morelos ha sufrido deterioros en sus condiciones de seguridad al aportar 2.57 % de los delitos nacionales. Estas cifras indican la necesidad de mejorar las condiciones de desarrollo de los morelenses, lo cual se puede lograr a través de intervenciones tempranas en la cultura del emprendedurismo, así como en los jóvenes universitarios y en los tutores.

El programa Mi primera empresa “Emprender Jugando” consiste de las siguientes etapas:

### Capacitación

A través de una plataforma Fundación Superior Educación Empresa capacita al tutor con un curso denominado Administración de proyectos emprendedores donde se muestra la operación del programa así como aplicarlo a los niños del programa.

Posteriormente el tutor debe transmitir el curso a los asesores de los niños (alumnos universitarios) los cuales serán los que trabajaran de forma directa con los niños.

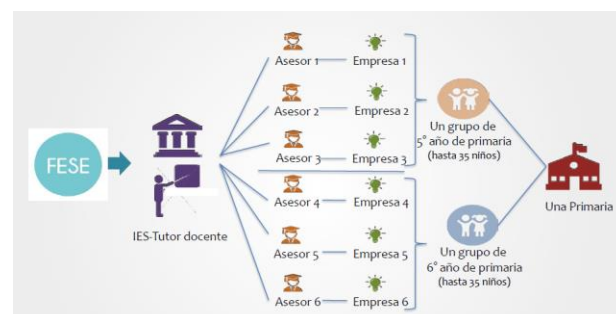


Figura 2 Estructura mi primera empresa. Fuente FESE

### Desarrollo

Este proyecto está diagramado en cinco grandes bloques, donde se puede apreciar la actividad de los niños de primaria, de los responsables de cada actividad así como también las evidencias que se irán generando a través de las diferentes etapas.

- Tabla 1: Primera etapa: Idea del negocio
- Tabla 2: Segunda etapa: Inicio de la empresa y estrategia de negocio
- Tabla 3: Tercera etapa: Fabricación o desarrollo del producto
- Tabla 4; Cuarta etapa: La venta del producto
- Tabla 5: Quinta etapa: Liquidación y cierre de la empresa.

### Primera etapa: Idea del negocio

Esta etapa consiste en la presentación del programa con los niños emprendedores por parte de los asesores, así como el inicio de la empresa donde se realiza el análisis de puestos según las características de cada infante así como la distribución de funciones de acuerdo a las siguientes actividades.

| Primera Etapa: Idea de negocio |   |
|--------------------------------|---|
| Actividad                      |   |
|                                | Presentación de los "Asesores y del subprograma                                   |
|                                | Formación de equipos y asignación de un "Asesor"* a cada equipo                   |
|                                | Explicación de los elementos de un Plan de Negocios                               |
|                                | Elaboración de test de cualidades emprendedoras                                   |
|                                | Elaboración del organigrama: asignación de puestos, funciones y responsabilidades |
|                                | Reparto de tareas por dirección   |
|                                | Presentación de ideas/líneas de negocio   |
|                                | Resolución de dudas   |
|                                | Consideraciones para la siguiente unidad de trabajo                               |

**Tabla 1.** Actividades de la primera etapa Fuente: Etapa 1 de la matriz de desarrollo de "Mi primera empresa", disponible en: <http://emprendedoresutez.webnode.es/fese-1>

### Segunda etapa: inicio de la empresa y estrategia de negocio

En esta etapa se realiza la planeación estratégica del negocio, las ventajas competitivas del mismo, determinación de objetivos, precio y fabricación. En la segunda etapa los Asesores involucraron a los alumnos en una serie de actividades en equipo para llevar a cabo la planeación de la empresa, el análisis de sus competencias, la comprensión de su situación actual y la metodología para posicionar el producto, tal y como se muestra en la Tabla 2.

| Segunda Etapa: inicio de la empresa y estrategia de negocio |   |
|---|---|
| Actividad   |   |
|   | Análisis de la situación actual del proyecto                          |
|   | Elección de materias primas y proveedores                             |
|   | Elección del nombre comercial   |
|   | Conformación legal de la empresa: acta constitutiva                   |
|   | Establecimiento de las ventajas competitivas del producto             |
|   | Definición de las fases del proceso productivo                        |
|   | Determinación del precio de venta según costo de fabricación y margen |
|   | Resolución de dudas   |
|   | Consideraciones para la siguiente unidad de trabajo                   |

**Tabla 2** Inicio de la empresa y estrategia de negocio.

En esta los equipos de trabajo construyen un mapa mental, donde a partir de un debate se analiza la situación actual del proyecto. En forma paralela se propone el uso de las materias primas a utilizar para la elaboración del producto, así como también una lista de posibles proveedores y la división de cargas de trabajo de investigación.

En esta etapa la intervención de los asesores es muy importante para que se logre empatía entre los integrantes de los proyectos. Se busca fortalecer el respeto a las opiniones de cada uno para el beneficio de la empresa, evitando cualquier acto de violencia entre los alumnos durante la toma de las decisiones.

El apoyo económico para cada equipo es de \$1 500.00 como capital semilla, el cual nunca se rebasada por ningún proyecto debido a que se les ha proporcionado un porcentaje, según sus reportes de gastos. Esta etapa tiene una duración aproximada de 4 semanas.

### Tercera etapa: fabricación o desarrollo del producto

En la tercera etapa los alumnos se dedican a la fabricación del producto así como a determinar los costos de cada área de la empresa desde mercadotecnia, producción finanzas, así como el precio de venta de acuerdo a los costos.

| Tercera Etapa: fabricación o desarrollo del producto |   |
|--|---|
| Actividad  |   |
|  | Determinación del costo final de cada producto en función del costo del material  |
|  | Determinación del costo final de la campaña de mercadotecnia en función de los costos del material                      |
|  | Determinación del costo marginal de c/producto en función de la inversión en materiales para producción y mercadotecnia |
|  | Selección definitiva de los modelos a producir y del proceso productivo   |
|  | Diseño y presentación del punto de venta  |
|  | Decisión del precio de venta al público   |
|  | Elaboración de los productos y preparación de las acciones de mercadotecnia   |
|  | Preparación de la presentación de la empresa  |
|  | Resolución de dudas   |

**Tabla 3.** Fabricación o desarrollo del producto

### Cuarta etapa: la venta del product

La cuarta etapa es la venta de los productos donde se ven reflejadas las ganancias y la reinversión. En esta etapa se debe de realizar toda la estrategia de mercadeo y promoción así como la preparación para el día de venta masiva.

La cuarta etapa los alumnos diseñan el punto de venta, previa campaña de publicidad y la presentación general del producto, donde demostraron sus habilidades mercadológicas.

| Cuarta Etapa: la venta del producto |  |
|-------------------------------------|--|
|                                     | Actividad  |
|                                     | Finalización del proceso productivo                                    |
|                                     | Control de calidad y etiquetado  |
|                                     | Reparto de roles para el día de venta                                  |
|                                     | Montaje y acondicionamiento del punto de venta                         |
|                                     | Preparación de un breve presentación de la empresa conformada y su pro |
|                                     | Presentación pública de la empresa                                     |
|                                     | Venta al público   |

**Tabla 4** La venta del producto

### Fomenta la UTEZ espíritu emprendedor en alumnos de nivel básico

Sábado 21 de Marzo de 2015

Cuernavaca, Morelos,

Por tercer año consecutivo estudiantes de la ingeniería en Desarrollo de Negocios de la Universidad Tecnológica Emiliano Zapata (UTEZ), asesoraron a niños de primaria del municipio de Jiutepec y Emiliano Zapata para la creación de empresas pequeñas.

Los alumnos de nivel básico recibieron asesoría sobre la formación y fortalecimiento de su propia mini-empresa, con impartición de temas básicos como nombre, idea de su producto, logotipo y slogan, misión y visión.

Lo anterior se hizo posible gracias a la convocatoria de la Fundación Educación Superior Empresa (FESE) "Mi primera empresa 2014-2015 o "Emprender Jugando" en la que participaron estudiantes de la UTEZ.



Con el apoyo de las profesoras Carla Daniela Alarcón Peñalosa y Vivianissel Ariza Batalla, los estudiantes universitarios realizaron la segunda expo venta de productos de esas pequeñas empresas en las que participaron 150 alumnos de las primarias "Luis Donaldo Colosio" y "Lorenzo Montesinos" del municipio de Emiliano Zapata.

Fue una experiencia divertida en la que niñas y niños aprendieron lo que implica una organización de empresa, lo que pueden desarrollar a futuro y la puesta en práctica de herramientas de negocios y ventas.

Al finalizar la venta de sus productos los niños de las primarias recorrieron las instalaciones de la UTEZ, con lo cual tuvieron oportunidad de compartir experiencias con jóvenes universitarios, quienes los motivaron a continuar sus estudios y convertirse en unos profesionales, y de ser posible crear una empresa propia.

Nota: este material es de carácter informativo

**Figura 2** Nota día de venta

Esta etapa consiste en la liquidación de la empresa y los alumnos y asesores deben de realizar un balance general así como su libro contable donde se refleje la situación financiera de la compañía, con la finalidad de ver las ganancias obtenidas de la empresa.

| Quinta Etapa: liquidación y cierre de la empresa |  |
|--|--|
|  | Actividad  |
|  | Elaboración de un cuadro de balance de la empresa: libro contable (capi semilla, ingreso y egreso)       |
|  | Cierre de la empresa: inventario, acuerdos para la repartición de insumo. activos (materiales y dinero)  |
|  | Acta de cierre y procedencia de los insumos, así como del capital semilla                                |
|  | Evaluación del proceso (cuestionario de evaluación y aprendizaje)  |
|  | Entrega de diplomas "Mi primera empresa, aprender Jugando"   |
|  | Elaboración de un cuadro de balance de la empresa: libro contable (capi semilla, ingreso y egreso)       |
|  | Cierre de la empresa; inventario, acuerdos para la repartición de insumo. y activos (materiales, dinero) |

**Tabla 6** Liquidación y cierre de la empresa fuente: Etapa 5 de la matriz de desarrollo de "Mi primera empresa", disponible en: <http://emprendedoresutez.webnode.es/fese-1>



**Figura 3** Etapas del programa MPE

## Resultados

Si analizamos de manera individual el impacto del programa de Mi Primera Empresa "Emprender Jugado" en cada uno de los participantes del proyecto en sus diferentes etapas podemos observar que los resultados son interesantes y que además impactan de manera positiva en la función del emprendimiento

De estas 64 empresas formadas, 6 se convirtieron en negocio familiar, apoyando con la economía de 6 familias directamente y alrededor de 20 más de manera indirecta. Es importante mencionar que se otorgó apoyo económico a los niños con el fin de que este no se convirtiera en un obstáculo en su ejercicio empresarial.

Dos docentes capacitados en el campo de incubación de empresas así como un docente que ha fungido igualmente como tutor del programa, así como 32 alumnos de educación superior capacitados como asesores para niños.

### Impacto del programa Mi Primera Empresa en los Tutores

Como resultado del programa mi primera empresa los docentes encargados del proyecto han destacado en diferentes ámbitos que se muestran a continuación.

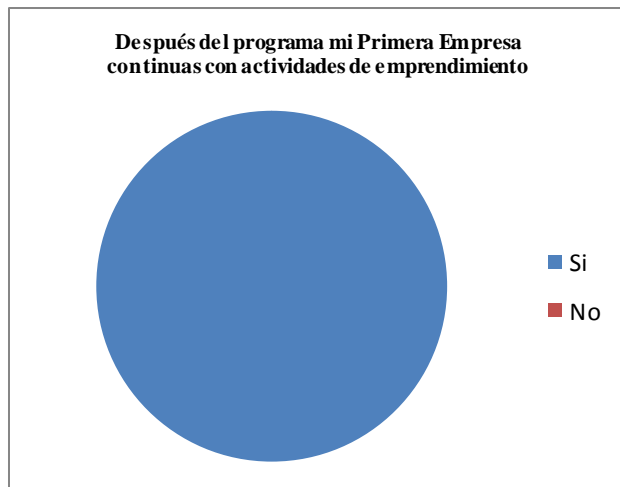


Gráfico 1 Impacto tutores

Podemos observar que el 100% los docentes que han fungido como tutores del programa continúan con actividades de emprendimiento, ya que una de ellas se encargan de la coordinación del programa de emprendedores de la Universidad fomentando la cultura emprendedora en los alumnos y la otra ha iniciado su propio negocio.

Una de las docentes se encarga del programa de emprendedores UTEZ PRODEM el cual tiene como objetivo que los alumnos de se familiaricen con una cultura emprendedora con la finalidad que las ideas y proyectos empresariales que tengan en mente pueden desarrollarse y culminarse.

Prodem, busca que el alumno se desenvuelva en un ambiente escolar en donde no sólo aprenda la parte teórica de su profesión sino que pueda llevar a cabo de una manera práctica todos esos conocimientos adquiridos a lo largo de su carrera mediante un plan de negocios empresarial.

Prodem busca que a través de equipos multidisciplinarios los alumnos desarrollen una idea de proyecto y que esté conscientes de los requerimientos y condiciones que hoy en día la creación de un negocio requiere. Es importante para nosotros que el alumno aprenda a trabajar en equipos multidisciplinarios en donde esté se dé cuenta que hoy en día para alcanzar los objetivos profesionales se debe buscar una comunicación integral entre los diferentes miembros de una empresa y estar atentos a los diferentes retos que pueda implicar llevar a cabo un proyecto empresarial.

Prodem busca que el alumno se acerque al conocimiento y a la experiencia de lo que es el desarrollo de un proyecto emprendedor como si fuere llevado a la realidad, en el cual adquirirá nuevos conocimientos, vivencias y valores que le servirán como fortalezas en su vida profesional para abrirse camino de una manera más sólida y segura frente al mercado competitivo en el que vivimos hoy en día.

De esta manera, se enseña al alumno a luchar contra sus áreas de oportunidad y aquellas contingencias que se le pudieran presentar a lo largo de su camino profesional. PRODEM busca que el alumno aprenda alcanzar sus metas y objetivos que le van surgiendo a lo largo de su vida profesional.

Se pretende adentrar al alumno en un nuevo y fructífero estilo de vida que tiene como objetivo adquirir un conocimiento más amplio de su entorno económico, social y cultural que le permite al alumno tomar decisiones en su vida profesional y personal y tener una visión diferente de lo que es el desarrollo profesional y laboral. De la misma manera este proyecto sirve como base para que los conocimientos adquiridos por el alumno con anterioridad dentro de su carrera sean reafirmados y sobre todo aplicados hacia un rumbo emprendedor.

Prodem invita al alumno a complementar el contenido de su proyecto con investigaciones propias, otras bibliografías, e incluso casos de emprendedores de éxito para que de esta manera reafirme su convicción por convertirse en un empresario.



Plática motivación y liderazgo en el emprendedor con el Dr. José Luis Liñán, una muy buena experiencia para nuestro chicos



Figura 4 Plática Realidad del emprendedor



Figura 5 Plática Motivación y Liderazgo en el Emprendedor

La otra docente sigue trabajando en la UTEZ sin embargo emprendió un negocio familiar en octubre del 2015, el cual es un restaurante de alitas ubicado en el municipio de Temixco Morelos.

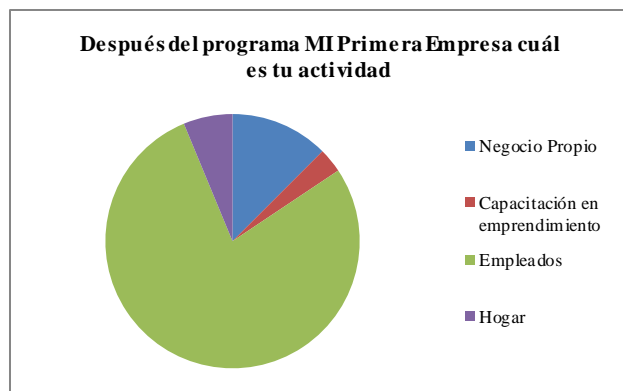
El restaurante se llama Willy Wings y se dedica a la venta de alitas.



**Figura 5** Restaurante Willy wings

### Impacto del programa Mi Primera Empresa en los Asesores

Uno de los principales objetivos del programa mi Primera Empresa “Emprender jugando” es la de fomentar la cultura emprendedora en jóvenes universitarios de los 32 alumnos que han participado en el programa Mi primera Empresa podemos observar los siguientes resultados:



**Gráfico 2** Impacto asesores

Se puede observar que en el programa mi primera empresa si tiene un impacto real en los alumnos de educación superior que fungen como asesores ya que aunque el impacto no parece significativo si es un gran avance ya que se comprueba que se logra sembrar la semilla del emprendimiento aunque queda claro que no es para todos los alumnos. Cuatro de ellos cuentan con un negocio propio entre los cuales destacan:

- Repostería
- Soluciones Informáticas
- Venta y comercialización de productos electrónicos
- Capacitación y diseño empresarial.

### Impacto del programa Mi Primera Empresa en los Alumnos de primaria

Este trabajo muestra la aplicación de programas de emprendedurismo en alumnos del quinto año de primaria, quienes desarrollan competencias empresariales al interactuar con universitarios capacitados en gestión de negocios. Ello tiene como finalidad crear las condiciones para abrir una empresa en edades adultas. Podemos destacar que algunos de los niños continúan vendiendo productos varios sin embargo no e manera formal o consecutiva sino más bien cuando quieren adquirir algún otro producto o servicio de un costo más elevado y por los tanto invierten el poco dinero que tienen para generar ganancias y poder invertir nuevamente en el productos o servicio.

Destacamos que aunque no tienen el hábito de emprender si continúan con el hábito y los conocimientos de invertir para generar ganancias y así adquirir productos de mayor valor además de que se fomenta el hábito del ahorro.



También podemos destacar que como resultado del programa los alumnos continúan con mayores aspiraciones de asistir a la universidad.

### **Impacto del programa Mi Primera Empresa en las Familias**



**Gráfico 3** Impacto Familias

Dentro de las familias y las primarias que trabajaron con el programa de emprendedores podemos destacar que se formaron 6 empresas familiares apoyando aproximadamente de 4 a 5 miembros de cada familia. Los negocios incubados según las primarias son:

#### **Primaria Vicente Guerrero**

Papelería

Venta por catálogo de zapatos

Cocina económica

#### **Primaria Luis Donaldo Colosio**

Venta de cup cakes

Tienda de Abarrotes

#### **Primaria Ana María**

Venta de productos por catalogo

### **Anexos**

Tablas y fuentes adecuadas.

### **Agradecimiento**

Agradecemos a la Universidad Tecnológica Emiliano Zapata por el apoyo brindado en la realización del programa.

Agradecemos a Fundación Educación Superior Empresa por la metodología del programa, así como por el apoyo y confianza brindada en la Institución.

Agradecemos a las Primarias del estado de Morelos que han participado en el programa.

### **Conclusiones**

Es notorio observar que este tipo de proyectos, el cual dio inicio a nivel nacional en el año 2009, se ha retomado poco en un ambiente estructurado para el apoyo del emprendedurismo.

Los resultados que se empiezan a vislumbrar en la UTEZ son similares a los de las demás instituciones donde se aplicó este mismo programa, en el sentido de que los alumnos, pese a cierta desesperanza en el momento dado del proyecto donde no ven cuándo vender al público en general, siempre están entusiasmados, entendiendo que el trabajo en equipo es el factor determinante para llevar a buenos términos una empresa exitosa.

La UTEZ logra posicionar este proyecto de vinculación primaria universidad, destacando que los niños de la primaria le han perdido el miedo a ser propositivos apoyados totalmente por universitarios que conocen y aplican los temas de gestión de negocios para lograr en conjunto la creación de una empresa infantil con todas las características de una empresa formal.

Así como propuesta para nivel primaria que se incorporen materias ligadas estrictamente con la creación de nuevas empresas, así este proyecto deberá estar inserto como materia transversal con el único objetivo de lograr, en corta edad liderazgo empresarial, apoyo al crecimiento económico del país en un ambiente de colaboración y participando para formar una sociedad organizada y con ideas propositivas.

## **Referencias**

Recuperado el 08 de julio de 2016, de <http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/710522.html>. Recuperado el 18 de mayo de 2016, de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Metodologia_de_la_investigacion.pdf)

## Política pública y brecha digital en México

MOLINA-MARTÍNEZ, Rubén†\*, BONALES-VALENCIA, Joel y DÍAZ-BUCK, Anid Vanessa

*Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo*

Recibido 29 de Julio, 2016; Aceptado 1 de Noviembre, 2016

### Resumen

El presente trabajo es parte de una investigación que se encuentra en desarrollo, sobre la brecha digital como problema público en México, el principal objetivo es conocer las causas por las cuales la brecha digital no ha disminuido en el país aun cuando ya se han implementado desde el año 2000 políticas públicas orientadas a su disminución, sin embargo el problema persiste y aún existe más del 50% de la población que no cuenta con acceso a internet. Esta investigación parte del supuesto de que las políticas de inclusión digital implementadas en México no han disminuido la brecha digital por la falta de recursos digitales y de capital humano en tecnologías de información y comunicación (TIC), por parte del gobierno, y por el bajo nivel de desarrollo humano de la sociedad mexicana. La investigación contiene una propuesta teórica sobre cada una de las variables elegidas que afectan a la brecha digital.

**Políticas públicas, brecha digital, recursos digitales, capital humano, nivel de desarrollo humano**

### Abstract

This is part of a research, currently in development; it talks about the digital divide as a public problem in Mexico. The main objective is to know the reasons that this digital divide hasn't diminished in the country even though public policies have been implemented since 2000, oriented towards decreasing said digital divide; even so, the problem remains and there's still 50% of the population that doesn't have internet access. This research is based on the premise that the digital inclusion policies, implemented in Mexico, haven't diminished the digital divide, due to the lack of digital resources, human resources at TIC by the government, and to the low level of human development in Mexican society. The research includes a theoretical proposal on each and every selected variable which affect the digital gap.

**Public policies, digital divide, digital resources, human resources, level of human development**

**Citación:** MOLINA-MARTÍNEZ, Rubén, BONALES-VALENCIA, Joel y DÍAZ-BUCK, Anid Vanessa. Política pública y brecha digital en México. Revista de Negocios y PYMES 2016, 2-6: 12-24

† Investigador contribuyendo como primer autor.

\*Correspondencia al Autor .Correo Electrónico:(ruben.molinam@gmail.com)

**Introducción**

El estudio de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) ha sido un tema ya discutido desde hace varios años por el rápido crecimiento de la tecnología que ha ido evolucionando de forma exponencial, dando lugar a la llamada sociedad de la información. Debido a este cambio, han surgido fenómenos que se han tenido que tratar de forma independiente, tal es el caso de la brecha digital.

El concepto de brecha digital ha evolucionado: antes se entendía sólo como la separación que existe entre aquellos que tienen acceso a Internet y los que no, ahora también se define como aquellos que tienen las habilidades de uso de las nuevas tecnologías y aquellos que no las tienen.

A nivel internacional el tema ha sido estudiado y tratado, incentivando a los países en el uso de las nuevas tecnologías como coadyuvantes del desarrollo económico y social. En el caso de México, ya se han llevado a cabo diversas acciones por parte del gobierno para implementar el uso de las TIC, a través de políticas de inclusión digital. Sin embargo, la brecha digital en México sigue siendo muy amplia respecto de otros países que utilizan de manera intensiva las TIC en el gobierno.

Por lo anterior, el problema que se plantea en esta investigación es conocer cuáles son las causas por las que las políticas de inclusión digital que se han implementado en México desde el año 2000 no han logrado reducir la brecha digital, tomando como hipótesis que estas políticas no han reducido la brecha digital por falta de recursos digitales y de capital humano en TIC por parte del gobierno, y por el nivel de desarrollo humano de la sociedad.

La importancia de esta investigación radica en que estudiando cada una de las variables que afectan a la brecha digital se pueda dar una propuesta de solución al problema planteado.

El estudio está integrado en cuatro apartados: el primero trata sobre la brecha digital y las políticas públicas de inclusión digital que han sido implementadas en México.

El segundo apartado expone elementos teóricos respecto de los recursos digitales y el capital humano en TIC.

Por último se plantea el nivel de desarrollo humano en el que se encuentra la población mexicana, la cual debería ser la beneficiaria de las políticas de inclusión digital.

**Brecha digital y políticas públicas**

Las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación están generando inmensas expectativas en relación con sus potencialidades para lograr el crecimiento y la transformación de la sociedad. Esta revolución tecnológica, brinda oportunidades de desarrollo que acortan el tiempo y la distancia posibilitando la competitividad y el crecimiento de un país.

Una de las cualidades de las tecnologías de la información es que aumentan la productividad y por lo tanto se habla de sociedades competitivas. A nivel internacional existe un consenso sobre la relación positiva que hay entre el nivel de desarrollo de un país y el uso y aprovechamiento que se les da a las TIC. Estudios realizados por el Banco Mundial (2009) concluyen que la aplicación de las tecnologías de la información y comunicación, impulsan un rápido crecimiento de las empresas, con ello invierten más, son más productivas y rentables que aquellas que no las utilizan.

En la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI, Ginebra 2003 y Túnez 2005) en la que participaron activamente los gobiernos de todos los países incluyendo empresas y corporaciones del sector TIC, se discutió la importancia que éstas tienen para generar cambios sociales y económicos, principalmente se acordaron planes de acción para llevar la tecnología a cada rincón del mundo y que exista una igualdad de condiciones, permitiendo a cada país posicionarse en lugares competitivos, lo cual indica el alto grado de aceptación que la emergencia de la sociedad de la información ha tenido en el mundo.

A partir del impacto de las TIC en la sociedad y de su implementación como parte de la vida cotidiana, el término de brecha digital tiene su origen, las nuevas tecnologías de la información abrían un nuevo camino hacia el progreso y el futuro parecía brillante brindando a los usuarios la posibilidad de acortar las distancias y el tiempo, lo que parecía hasta entonces algo difícil de alcanzar, la idea primordial era generar mayor igualdad, inclusión y libertad.

Sin embargo la otra cara de la historia nos cuenta que desde sus inicios las TIC también ha habido una brecha entre quienes tienen acceso a ellas y quienes no lo tienen, lo cual se agrava al considerar que algunos aunque tengan acceso no tienen las habilidades para manejarlas. Esta condición se ha convertido en un asunto público puesto que genera una desigualdad social.

Desde la creación del Estado moderno, los gobiernos son instrumentos para la acción colectiva (Bickers y Williams, 2001) y se han convertido en una herramienta para mejorar la calidad de vida de la sociedad, sin embargo, se enfrentan a diversas situaciones que ponen de relieve la importancia de un orden social.

En medio de una transformación mundial la vida en sociedad es compleja puesto que las acciones de los ciudadanos son las que van definiendo la forma en que deben ser gobernados, el rol de todo gobierno así como su efectividad y eficiencia son temas de debate en los estados modernos. El estado y la sociedad se enfrentan a problemas en la forma de organización política, organización de gobierno y de gestión pública. Es necesario entender la naturaleza de los problemas públicos, como lo señalan Bickers y Williams (2001) no se puede evaluar qué es lo que un gobierno debe hacer o no sin entender la conexión entre el gobierno y lo público.

A partir de la década de los sesenta las políticas públicas se han convertido en objeto de estudio para académicos y en acciones para el gobierno para formular y controlar de forma eficiente los programas. Surgen diversos modelos teóricos de políticas públicas: el modelo pluralista-racionalista, el burocrático estatal y el neocorporativista e institucionalista (Meny y Thoenig, 2004).

De acuerdo con estos autores, las políticas son productos de políticos que deciden, cuya ideología o cuyas afiliaciones partidistas se derivan a su vez de la opción de los electores. Es decir, a gobiernos de izquierdas, políticas de izquierda; a gobierno de derecha, políticas de derecha. Las políticas han sido creadas para responder a las necesidades de los ciudadanos que dependerán de las condiciones políticas electorales en las que se encuentra desarrollado el proceso gubernamental.

Las políticas públicas cambian en la medida en la que todo se modifica, ya sea cambios en el Estado, el poder o en la administración pública los cuales influyen y las configuran. Gobernar es trasladar las preferencias individuales en políticas para la resolución de problemas.

Las políticas públicas surgen a partir de problemas que se dan dentro de la misma sociedad, en los cuales se requiere que el gobierno intervenga, de acuerdo con Luis Aguilar (1992), cada problema configura una arena, tiene forma y contenido diferente y está sujeto a tirantez diferente. A cada situación problemática se le dará una valoración y la intervención que la autoridad de gobierno considere adecuada.

Para Bardach (1998), la primera información disponible sobre algún problema (primera definición) proviene del “cliente” y se deriva del lenguaje utilizado en el ambiente político del propio cliente, este lenguaje él lo llama “retórica del tema”, la cual debe ser analizada para definir el problema de forma más manejable y que tenga sentido a la luz de los recursos políticos e instituciones disponibles.

En algunos casos el gobierno interviene de manera inmediata y otorga los recursos públicos para la solución del problema, en otros momentos es de acuerdo a la presión que ejerzan otros entes públicos o por la presión de los medios de comunicación. En razón de este carácter singular de los problemas, Aguilar (1992) señala que el análisis puede ser más que un arte en el proceso de invención y creación (definición) del problema y una artesanía en el momento de argumentar por qué se le ha dado al problema esa definición y no otra.

Los problemas no pueden ser encuadrados a un esquema teórico, son mucho más complejos puesto que es la sociedad quien dictamina la necesidad de ser atendida de acuerdo a la percepción que tienen de una situación, son las características propias lo que definen que un problema sea público.

Cuando se habla de establecer la agenda se refiere a los problemas que serán merecedores de atención del gobierno y cómo serán definidos. “El análisis de la definición de problemas de política pública –entendida como construcción social de los problemas públicos- es una de las vertientes centrales de los estudios sobre agenda” (Casar y Maldonado. 2007).

De acuerdo a un estudio realizado por la CEPAL en 2009, la formación de la agenda es “el proceso a través del cual problemas y cuestiones llegan a llamar la atención seria y activa del gobierno como asuntos posibles de ser abordados por políticas públicas”. Ya lo señaló Bardach (en Aguilar, 1996) no todos los problemas, en el sentido de insatisfacción de los ciudadanos, deben o pueden ser de incumbencia del gobierno.

Es importante decir que para que un problema se convierta en asunto público debe ser atendido por un actor de gobierno que desee invertir recursos en él para solucionarlo, es ahí donde nacerían las políticas públicas. Cuando se reúnen el consenso en la identificación del problema, el consenso en la manera de abordarlo y solucionarlo y las condiciones políticas adecuadas, la política pública tiene mayor posibilidad de ser exitosa (Casar y Maldonado. 2007).

Es la agenda lo que le da dirección a un gobierno, este proceso en donde se decide qué asuntos serán intervenidos y de esta forma fijar el camino a seguir de la autoridad pública, es un proceso polémico y de inevitables ajustes, pero al final estos asuntos se colocarán en la orden del día. Los medios de comunicación son actores muy importantes en la colocación de los asuntos en la agenda de gobierno, a través de la difusión masiva de información sobre el problema de afectación general.

### **Políticas públicas en México en materia de inclusión digital**

La brecha digital en México se consideró un problema público desde hace ya varios años y se puso en agenda en el año 2000 por iniciativa presidencial, desarrollándose el Sistema Nacional e-México como instrumento de política pública teniendo como objetivos:

- Impulsar la transición del país hacia un nuevo entorno social, económico y político.
- Conducir y propiciar la transición de México hacia la sociedad de la información y el conocimiento, diseñando los servicios digitales para el ciudadano del siglo XXI.
- Dar cumplimiento a los compromisos internacionales en torno a la Sociedad de la información y el conocimiento.

El Sistema Nacional e-México fue el resultado de la aportación de un Foro de Consulta Ciudadana realizado en el año 2001 en donde académicos, investigadores, instituciones públicas y privadas, asociaciones, trabajadores del Sector de Comunicaciones y Transportes y el público en general participaron y con ello se lograron definir tres estrategias básicas: Conectividad, Contenidos y Sistemas, que serían entendidas como los Ejes sobre los cuales se desarrollarían los servicios del Sistema Nacional e-México.

Las propuestas se incorporaron al Plan Nacional de Desarrollo en particular en el Programa Sectorial de Comunicaciones y Transportes, integrando un capítulo especial para el Sistema Nacional e.-México, lo que le dio el carácter de Política Pública.

En el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, se diseñó una nueva política llamada Estrategia Digital Nacional, cuyo propósito fundamental es lograr un México Digital en el que la adopción y uso de las TIC maximicen la calidad de vida de las personas. A través de esta política el Gobierno implementó el programa México Conectado, el cual contribuye a garantizar el derecho constitucional de acceso al servicio de internet de banda ancha. Este programa despliega redes de telecomunicaciones que proveen conectividad en los sitios y espacios públicos, en los tres ámbitos de gobierno: federal, estatal y municipal.

Se han logrado avances muy significativos gracias a la reforma en materia de telecomunicaciones y a las estrategias implementadas en materia digital, siendo un poco más de la mitad de la población con acceso a internet para el año 2015. (México Conectado, 2016).

Sin embargo, a nivel internacional seguimos ocupando el lugar 69 en el índice de Disposición a la Conectividad de acuerdo al Informe Global de Tecnologías de la Información 2015, del Foro Económico Mundial (GITR, 2015), esto implica que a pesar de los esfuerzos que ha hecho el gobierno federal, queda mucho por hacer.

Para Majone (1996) el análisis de las decisiones que el gobierno debe considerar para transformarlas en políticas, debe convertirse no tanto en lo deseable sino en aquello que es factible. El análisis de las políticas debe concentrarse fundamentalmente en la investigación de las condiciones de factibilidad de los programas públicos. De acuerdo a Meny y Thoenig (2004), la formulación designa el trabajo mediante el cual una apuesta se inscribe en la agenda gubernamental o un problema se transforma en alternativas para la acción, en soluciones.

Es necesario estudiar todas las posibilidades de solución, hacer un diagnóstico específico que contemple todas las alternativas.

Muchos de los programas que el gobierno lleva a cabo con el fin de resolver una problemática al no ser analizados en todas sus condiciones terminan por fracasar, muchos consideran que aunque la alternativa en un principio fuera factible hubo otros factores que impidieron el éxito de una política pública, es por ello que en esta etapa del ciclo de políticas públicas debe ser revisada cuidadosamente para lograr tener las soluciones más eficaces.

Majone (1996), sostiene que la tarea central del análisis de políticas consiste en someter planes y objetivos a las más estrictas pruebas de factibilidad, debe de igual forma convertirse en un órgano para la evaluación crítica de las soluciones propuestas. Señala que la factibilidad debe definirse con referencia a todas las restricciones, ya que si todas se toman en cuenta, las elecciones factibles se restringen más de lo que se pueda suponer.

Al tener un problema público y múltiples soluciones, lo viable es que las alternativas arrojen los mejores resultados tomando en cuenta todas las características de dicho problema, así el análisis de las políticas será un trabajo exhaustivo de todas las opciones posibles. “Una solución factible es aquella que puede enfrentar con éxito las restricciones”. (Majone, 1996).

Lo anterior supone que el hecho de que una política pública arroje resultados favorables de acuerdo con los programas implementados, no quiere decir que toda la población se encuentra beneficiada ni tampoco que las estrategias puestas en marcha sean las más viables para el grueso de la población.

Porque el hecho de que un poco más de la mitad de la población cuente con acceso a internet no quiere decir que cuenten con los conocimientos ni con las habilidades necesarias para utilizarlo y que puedan sacarle los mayores beneficios.

Es necesario pues tomar en cuenta no sólo el acceso a internet sino también el aprovechamiento que la sociedad mexicana le da con el fin de mejorar la calidad de vida y el crecimiento y desarrollo del país, para estar en condiciones de decir si la política pública ataca los síntomas y no el problema.

El problema de la brecha digital discutido en el debate público y por los investigadores ha ido cambiando, algunos argumentan que este problema está todo menos resuelto y otros señalan que “solo el acceso” es insuficiente para garantizar igualdad de oportunidades. El verdadero problema al que se enfrentan los gobiernos al tratar esta situación es que la falta de uso de las tecnologías de la información no sólo es por factores tecnológicos. Sino que el verdadero compromiso para utilizar las TIC se basa en torno a una mezcla de razones sociales, psicológicas, económicas y sobre todo pragmáticas (Selwyn, 2004).

### **Capital humano en TIC**

Dentro del análisis económico se han considerado como factores de producción la tierra, el capital y la fuerza de trabajo. De forma usual se entiende al capital como inversión en activos y maquinaria, sin embargo, recientemente se ha considerado también al capital como activos inmateriales que residen en las mentes de aquellos que posibilitan la adquisición de activos físicos. Dentro de estos activos inmateriales se considera el capital humano.



A partir de 1950 comienza a desarrollarse lo que hoy se conoce como capital humano así como considerar al ser humano como un factor decisivo en la producción empresarial y en el crecimiento económico. La Organización para el Comercio y el Desarrollo Económico ha definido el capital humano como "...el conocimiento, las competencias y otros atributos que poseen los individuos y que resultan relevantes a la actividad económica..." (OCDE, 1998).

Bajo el análisis que se ha hecho de las diversas formas de concepción de capital humano, éste ha ido evolucionando a partir de la desagregación de la productividad y de los diferentes tipos de capital y, por lo tanto, de inversión. En este sentido señala Díaz (2008) que el capital humano, la innovación tecnológica, la innovación organizativa e incluso la innovación comercial, son algunas variables que se han ido incorporando en los últimos años al análisis competitivo.

La desagregación clásica del capital humano, en el sentido de la formación (en todas sus tipologías) de los trabajadores, y del capital físico, explican cómo la acumulación de habilidades por parte de los trabajadores junto con la inversión en infraestructuras son una vía de explicación de las diferencias competitivas en las regiones. (Díaz, 2008).

Una cuestión importante que se debe resaltar sobre el tema del capital humano es cómo las tecnologías de la información han coadyuvado para potenciar el rendimiento de las economías que más invierten en él, por tanto, aquellos países que más invierten en el uso de las tecnologías tendrán ganancias competitivas. Además de que es necesaria la actualización de las infraestructuras, sobre todo en aquellas empresas cuyos productos o servicios tengan componentes intangibles elevados.

La efectividad en el capital humano tendrá una fuerte influencia en la infraestructura que se utilice.

Bustamante (2003), señala que el capital humano "es el conjunto de conocimientos, capacidades y habilidades de la fuerza laboral, ya sea por inversiones en educación, salud, seguridad y cultura o por aquellas adquiridas por experiencia." De acuerdo con esta definición, las tecnologías de información requieren de conocimientos y habilidades que se generan dentro de la educación y del entorno social en el que cada individuo se desenvuelve.

El capital humano en tecnologías de la información debe tratarse tal cual señala la teoría como los conocimientos en calificación y capacitación, así como de la experiencia que den capacidades y habilidades, los cuales hacen más productiva y competente una economía, la cual se ve afectada por cuatro componentes:

1. La educación formal (básica, secundaria, posgrado)
2. La experiencia que adquiera la persona en el centro de trabajo
3. La capacitación que reciba por parte del Estado o lugar donde labora.
4. Las condiciones de salud del empleado, que tienen mucho que ver con las condiciones en su lugar de trabajo y afectan directamente su productividad.

La educación es un elemento esencial, con la llegada de las nuevas tecnologías los estudiantes no sólo tienen a su alcance el acceso a un mundo de información ilimitada de manera instantánea, sino que se les ofrece la posibilidad de que ellos mismos pueda controlar su propio aprendizaje y construir el conocimiento.

La tecnología ha causado un gran impacto en cada aspecto de la vida y la educación no es la excepción. Las nuevas tecnologías están cambiando el método de aprendizaje de los estudiantes proporcionándoles capacitación y habilidades para generar conocimiento, lo cual ha traído consigo beneficios que son aplicados en aras de desarrollar en los individuos actividades con eficiencia y máxima productividad.

El resultado del contacto de las personas con estos nuevos avances es el de expandir la capacidad de crear, compartir y dominar el conocimiento. Son un factor principal en el desarrollo de la actual economía global y en la producción de cambios rápidos en la sociedad. Dentro de la educación las TIC han influido en a) su naturaleza; b) el lugar y la forma donde se realiza; c) el desempeño de los estudiantes y los profesores en tal proceso. (Hernández, 2008).

La educación también es parte esencial del desarrollo económico del país, debido a la relación que existe entre educación y progreso, la cual expresa Becker (1983) al considerar que “la importancia creciente del capital humano puede verse desde las experiencias de los trabajadores en las economías modernas, que carecen de suficiente educación y formación en el puesto de trabajo”.

Con esta idea de Becker se puede decir que al incorporar las TIC y el generar un nuevo conocimiento que permita desarrollar habilidades y capacidades para lograr un mayor desarrollo incrementará el nivel de vida de la sociedad, sin embargo, es evidente que una buena formación incrementa en mayor medida la productividad en las empresas que la proporcionan.

De acuerdo con Schultz (1985), la educación es una inversión que da cuenta de gran parte de las mejoras en la calidad de la población, es por ello que las personas necesitan capacitarse para mejorar el nivel de vida, adoptando de esta forma las nuevas tecnologías dentro de la misma capacitación puesto que éstas generan mayores destrezas productivas, además de posicionarse en niveles más altos de competitividad a nivel e internacional.

Las nuevas tecnologías poseen características que las convierten en herramientas poderosas a utilizar en el proceso de aprendizaje de los estudiantes: inmaterialidad, interactividad, elevados parámetros de calidad de imagen y sonido, instantaneidad, digitalización, interconexión, diversidad e innovación (Hernández, 2008).

### **Nivel de Desarrollo Humano en la sociedad.**

Reyes (2009) considera como desarrollo humano la condición social dentro de un país, en la cual las necesidades auténticas de su población se satisfacen con el uso racional y sostenible de recursos y sistemas naturales. La utilización de los recursos estaría basada en una tecnología que respeta los aspectos culturales y los derechos humanos. Esta definición general de desarrollo incluye la especificación de que los grupos sociales tienen acceso a organizaciones y a servicios básicos como educación, vivienda, salud, nutrición y, sobre todo, que sus culturas y tradiciones son respetadas dentro del marco social de un Estado en particular.

Reyes agrega que esta definición en un sentido económico indica que dentro de una población en un país dado hay oportunidades de empleo, satisfacción de necesidades básicas, y una tasa positiva de distribución y de redistribución de elevación de capacidades y oportunidades en el ámbito nacional.

En un sentido político, la definición enfatiza que los sistemas de gobierno tienen la capacidad legal y legitimidad para proporcionarles a sus ciudadanos los beneficios y oportunidades sociales.

Las teorías del desarrollo económico y social enfocan sus estudios en las condiciones nacionales y mundiales lo cual constituye el escenario para el desarrollo humano, considerando el nivel de cada país desde una visión del Estado para el desarrollo. (Reyes, 2009).

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) ha seguido sistemáticamente las tendencias de los principales componentes del desarrollo. De acuerdo con la perspectiva del PNUD (2010) “el desarrollo humano supone la expresión de la libertad de las personas para vivir una vida prolongada, saludable y creativa; perseguir objetivos que ellas mismas consideren valorables; y participar activamente en el desarrollo sostenible y equitativo del planeta que comparten”.

Para medir las tendencias, se han propuesto indicadores como Índice de Desarrollo Humano (IDH), y con ello se ha buscado contribuir a la discusión de una idea de bienestar que trascienda la noción del nivel de ingreso. El IDH tiene como objetivo medir el conjunto de capacidades y libertades que tienen los individuos para elegir entre formas de vida alternativas. Para ello se toman tres dimensiones básicas para el desarrollo: 1) la posibilidad de gozar de una vida larga y saludable; 2) la capacidad de adquirir conocimientos; 3) la oportunidad de tener recursos que permitan un nivel de vida digno.

Dentro del concepto fundamental del desarrollo, la característica social más importante es la inclusión social, en sentido contrario al de la inclusión estaría la exclusión que comprende el no acceso efectivo a bienes y servicios, tal es el caso de la alimentación, salud, vivienda así como educación, empleo y actividad productiva. (PNUD, 2006).

Un rasgo principal de la inclusión social es la efectiva participación de los ciudadanos, se trata de un concepto básico en lo social y político y que corresponda con los fundamentos del Desarrollo en su integridad, en función de la economía, la satisfacción de necesidades genuinas, el uso sostenido de recursos naturales renovables y -muy importante- la apropiada utilización de la tecnología, respetando en ello la cultura y los derechos humanos (Reyes, 2009).

En cuestión económica, la inclusión social está relacionada con la capacidad de las personas en cuanto a tener la oportunidad concreta para insertarse de una manera efectiva en los sistemas de producción, distribución y consumo, sin embargo esto contrasta muchas veces con lo que corresponde a las realidades de los grupos marginales.

Amartya Sen (1999) considera que para hablar del desarrollo de una sociedad hay que analizar la vida de quienes la integran, señala que no hay éxito económico, sin tener en cuenta la vida de los individuos que conforman la comunidad. Por lo tanto, el desarrollo es el desarrollo de las personas en sociedad. Concretamente “el desarrollo es un proceso de expansión de las capacidades que disfrutan los individuos”.

Un aspecto importante que considera Sen (2001), y que refuerza la presente investigación, es que al utilizar la palabra capacidad es para expresar las combinaciones alternativas de lo que una persona puede lograr hacer o ser: las capacidades simbolizan las posibilidades que tienen los individuos de alcanzar desempeños valiosos.

Las tecnologías de la información y comunicación han sido coadyuvantes para el desarrollo dentro del sector productivo, la salud, la educación y como un refuerzo a los gobiernos dentro de sus administraciones y organizaciones.

Dentro de los objetivos de desarrollo del Milenio se han puesto como metas que con el uso de las tecnologías de la información se fortalezca la colaboración del sector público y privado y aprovechar todos los beneficios que las nuevas tecnologías ofrecen, logrando los objetivos en educación, salud, empleo y reducción de la pobreza.

En los últimos años, los países de América Latina y el Caribe han progresado enormemente en el uso masivo de las TIC en las áreas más diversas del desarrollo económico y social. Esto incluye el despliegue de una infraestructura de información digital, la modernización del Estado, la digitalización de procesos económicos para aumentar la productividad, el mejoramiento de la educación y la salud y la gestión de desastres naturales, entre otras cosas. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sostiene que con el avance hacia sociedades de la información en América Latina y el Caribe se han logrado resultados positivos en poco tiempo, convirtiendo a las TIC en una solución tangible para enfrentar retos de la agenda de desarrollo.

El progreso tecnológico continúa y se sigue acelerando, sin embargo, a los retos ya conocidos se suman nuevos desafíos. La transición hacia sociedades de la información no ocurre en el vacío, sino que se inserta en las estructuras de las sociedades de la región. Esto supone abordar algunos de sus problemas estructurales, como el bajo ingreso por habitante y su desigual distribución, la debilidad institucional y los limitados niveles de educación y capacidades (Calderón, et. al, 2008).

Al utilizar eficientemente las TIC para el desarrollo se deben considerar sólo como herramientas y no como fin. La evolución de la utilización de las TIC es muy distinta en las diferentes áreas de atención gubernamental y entre los diferentes niveles de gobierno.

Así, mientras se registran progresos significativos en las actividades de gobierno electrónico como el cobro de impuestos, compras o seguridad nacional, la incorporación del paradigma digital en la salud es aún incipiente, sobre todo en los cruciales campos de la interoperabilidad y de las interfaces con los usuarios del sistema, los que van mucho más allá de la utilización de equipos de frontera tecnológica en los centros asistenciales más avanzados. (CEPAL, 2008). También entre países hay una gran disparidad, mientras que algunos están a la vanguardia a nivel mundial en tecnología, otros, casi siempre países menos desarrollados, aún tienen problemas de conectividad.

Para tratar el problema de brecha digital la Dra. Delia Covi Druetta (2003) señala que desde su perspectiva dicha Sociedad de la Información en un país como México en el que hay extrema desigualdad y aún es escaso el uso de las nuevas Tecnologías de la Información la brecha digital se manifiesta a través de las siguientes dimensiones:

- a. Tecnológica, referida a la infraestructura material disponible así como al grado de actualización de dicha infraestructura.
- b. De conocimiento, vinculada a las habilidades y saberes que deben poseer los individuos para apropiarse adecuadamente de los nuevos medios y de las TIC.
- c. De información, dimensión en la que es posible distinguir dos sectores sociales: uno sobre informado, con acceso a diferentes medios y generaciones tecnológicas; y otro desinformado, con acceso limitado a las innovaciones tecnológicas, sus actualizaciones y sus contenidos.
- d. Económica, por la falta de recursos para acceder a las TIC que se manifiesta tanto a nivel personal, como entre los sectores gubernamentales y algunos privados.
- e. De participación, que significa que los recursos aportados por las innovaciones tecnológicas puedan emplearse en un contexto democrático, con un marco legal y social adecuado, que permita a los individuos y las naciones igualdad de oportunidades para expresarse e intervenir en las decisiones de un mundo global.

De acuerdo a la perspectiva de la Dra. Covi, todas estas dimensiones requieren de políticas públicas claras sobre esta materia y que respondan a las necesidades de la población para que se incorpore a esta Sociedad de la Información que por ende estará más educada y el conocimiento será aún mayor.

El potencial de la digitalización como instrumento para el desarrollo es resultado de su capacidad para trastocar todos los ámbitos de la vida de un país, como son el combate a la pobreza, calidad en la educación, los servicios de salud, la entrega de servicios gubernamentales, las actividades económicas y en general la vida de los ciudadanos. Por ello es primordial integrar una estrategia que permita que los desarrollos tecnológicos estén al servicio de todas las personas.

### **Conclusiones**

La presente investigación se encuentra en proceso de desarrollo, hasta el momento analizar el problema a través de la teoría fortalece el estudio para definir cuáles son las verdaderas causas de la brecha digital.

La principal consecuencia del problema planteado es el bajo nivel en el desarrollo económico y social del país, una de las causas que lo origina es que al no tener la posibilidad de acceder a las TIC, ni de capacitarse en su uso, las personas no acceden a mejores condiciones de vida creando un entorno de desigualdad en todos los ámbitos social, cultural, económico, etcétera.

Esto genera un bajo crecimiento del país, creando un rezago social y por lo tanto el nivel de empleo no permitirá fortalecer el desarrollo económico, situándose en niveles de poca competencia internacional y sin superar los estándares supuestos a través de las tecnologías de la información y comunicación, que indican que a través de su uso habrá un mejoramiento en todos los niveles del país.

La brecha digital depende de muchos factores, ha sido descrita por la CEPAL como una segmentación entre “info ricos” e “info pobres”.

Y puede ser analizada tanto atendiendo asimetrías de conectividad que se observan entre las distintas regiones del mundo (por ejemplo, países desarrollados y/o en vías de desarrollo) como contemplando las diferencias en el acceso a las nuevas TIC que tienen dentro de los países (segmentaciones de acuerdo al estrato socioeconómico, la etnia, el género, la pertenencia ecológica, la edad, etc.).

Se debe considerar que estos aspectos traen consigo retos para la implementación de las TIC en el país, por ser el hombre tan complejo es importante prever todas estas condiciones tanto culturales, económicas como sociales; además de que es importante disponer de la infraestructura adecuada y contar con personal capacitado que conozca los beneficios del Internet pero también las necesidades de la población para adaptar la tecnología de acuerdo al entorno social.

Es necesario hacer un estudio exhaustivo de la política de inclusión digital que si bien ha logrado darle mayor conectividad a la población mexicana, es importante también saber cual es la percepción que tienen las personas respecto a las acciones que el gobierno ha implementado en materia de TIC.

Esta investigación continuará con un trabajo de campo en el que se tomarán las variables elegidas para elaborar encuestas de tipo Likert para conocer la percepción tanto del gobierno como implementador de la política así como la percepción de la población como beneficiaria de dichas acciones, con el fin de elaborar una propuesta de solución y que la política de inclusión digital ataque el verdadero problema de la brecha digital.

## Referencias

Aguilar, L. (1992), El estudio de las políticas públicas. México. Porrúa.

Bardach, E. (1998). Los ocho pasos para el análisis de políticas públicas. Un manual para la práctica. México, CIDE/Miguel Ángel Porrúa.

Banco Mundial. (2009). Sitio web: <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/BANCOMUNDIAL/NEWSSPANISH/0,,contentMDK:22235702~menuPK:51191012~pagePK:34370~piPK:34424~theSitePK:1074568,00.html>.

Becker, G. (1964). Human Capital. New York: Columbia University Press for the National Bureau of Economic Research.

Becker, G. (1983). El capital humano, 2ª ed. España. Alianza Editorial.

Berumen, S. y Arriaza, K. (2008). Evolución y desarrollo de las TIC en la Economía del Conocimiento. Madrid. Ecobook.

Bickers, K. y Williams, J. (2001). Public Policy Analysis: a political approach. USA. Houghton Miffling.

Bustamante, N. (2003). "Educación y pobreza en la ciudad de Medellín: Evidencia Empírica". Revista Ruido, Cuaderno de Investigación No. 1, pp. 35-47. Enero - Junio de 2003. Colombia.

Calderon, F. (2004). "Cultura de Igualdad, Deliberación y Desarrollo Humano: enfoque con base en estudio comparativo de la realidad latinoamericana". Revista Latinoamericana de Desarrollo Humano. PNUD.

Casar, M. y Maldonado, C. (2007). Formación de agenda y procesos de toma de decisiones: una aproximación desde la ciencia política. En Documentos de trabajo, num. 207. México. División de Administración Pública del CIDE.

Crovi, D. (2002). "Sociedad de la información y el conocimiento. Entre el optimismo y la desesperanza". *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. Año XLV, núm 185, mayo-agosto.

Crovi, D. (2004), "Sociedad de la Información y el Conocimiento. Algunos deslindes imprescindibles". En Crovi Druetta, Delia (Coordinadora), *Sociedad de la Información y el conocimiento. Entre lo falaz y lo posible*. UNAM y la Crujía Ediciones. Buenos Aires, Argentina, pp. 17- 56. Recuperado de [http://www.deliacrovi.com/articulos/sociedad\\_informacion\\_conocimiento.pdf](http://www.deliacrovi.com/articulos/sociedad_informacion_conocimiento.pdf).

Díaz, A. (2008). TIC y Competitividad: un enfoque desde la industria manufacturera. En Berumen, S. y Arriaza, K. (coords). *Evolución y desarrollo de las TIC en la economía del conocimiento*. España. Editorial Economía del Conocimiento.

Majone, G. (1996). *La factibilidad de las políticas sociales*. México: Porrúa

Hernández, S. (2008). El modelo constructivista con las nuevas tecnologías, aplicado en el proceso de aprendizaje. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*. Vol. 5, No. 2. España.

Hu, K. (2014). Discurso en el marco del Mobile World Congress. Irlanda. Disponible en <http://www.huawei.com/es/about-huawei/newsroom/press-release/hw-328635.htm>.

Meny, I y Thoenig, J. (2004). *Las políticas públicas*. Barcelona. Ariel.

México Conectado (2016). <http://mexicoconectado.gob.mx/notas.php?id=324&cat=79>.

Selwyn, N. (2004). The information aged: A qualitative study of older adults' use of information and communications technology. *Journal of Aging Studies*, 18, 369-384.

Reyes, G. (2009). "Teorías de desarrollo económico y social: articulación con el planteamiento de desarrollo humano". *Revista Tendencias*. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Nariño, Vol. X, No. 1, Primer Semestre 2009, pp. 117-142.

Schultz, T. (1985). *Investing in people. The economics of population quality*. España. Ariel.

Sen, A. (1999). *Desarrollo y Libertad*. Argentina. Planeta.

Sen, A. (2001). *Capacidad y Bienestar* [www.geocities.com/WallStreet/Floor/9680/amartya3.htm](http://www.geocities.com/WallStreet/Floor/9680/amartya3.htm)

## **La satisfacción en el trabajo y su relación con los resultados financieros de las pymes turísticas**

ARGÜELLES-MA, Luis Alfredo†\*, QUIJANO-GARCIA, Román Alberto, FAJARDO, Mario Javier y MEDINA-BLUM, Fernando

*Universidad Autónoma de Campeche*

Recibido 04 de Agosto, 2016; Aceptado 23 de Noviembre, 2016

### **Resumen**

Las PYMES en México son factor clave del desarrollo económico, forman la columna vertebral de la economía mexicana, generando 72% de empleo y 52% del PIB del país (Secretaría de Economía en México, 2012). El objetivo planteado es determinar los factores que contribuyen al éxito y fracaso del negocio, mediante un estudio realizado a una muestra de PYMES de Ciudad Obregón, Sonora, México, con la finalidad de identificar dichos factores para contribuir a la mejora de procesos y administración; considerando una muestra de 45 empresas de diversos giros de la localidad. El estudio es descriptivo, no experimental y de corte transversal. Los resultados manifiestan que las causas de éxito de las PYMES estudiadas están relacionadas con cultura empresarial, experiencia, actitud de emprendimiento, entre otras. En el análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, se observó que se requiere mejorar en el ámbito financiero y administrativo.

Las empresas estudiadas fueron coincidentes en los factores de éxito y fracaso: carencia de conocimiento del negocio, fallas administrativas y en el control del recurso financiero. Finalmente se recomienda que para seguir creciendo como empresa es necesario contar con una cultura empresarial, buen manejo de las finanzas y mejora continua en su administración.

**Pequeñas y medianas empresas (PYMES), causas de éxito, fracaso empresarial**

### **Abstract**

Small and Medium business in Mexico are key factor of economic development, form the backbone of the Mexican economy, generating 72% of employment and 52% of the GDP of the country (Ministry of Economy in Mexico, 2012). The stated objective is to determine the factors contributing to the success and failure of the business, through a study of a sample of small and medium business in Ciudad Obregon, Sonora, Mexico, in order to identify these factors contribute to process improvement and management; considering a sample of 45 companies from various twists of the town. The study is descriptive, not experimental and cross-sectional. The results show that the causes of success of SMEs surveyed are related to corporate culture, experience, entrepreneurial attitude, among others.

In the analysis of strengths, weaknesses, opportunities and threats, it was observed that required improvement in the financial and administrative field. The companies in study agreed in the factors of success and failure: lack of business knowledge, management failures and control of financial resources. Finally it is recommended that to continue growing as a company is required to have a corporate culture, good financial management and continuous improvement in its administration.

**Small and Medium business, causes of success, business failure**

**Citación:** ARGÜELLES-MA, Luis Alfredo, QUIJANO-GARCIA, Román Alberto, FAJARDO, Mario Javier y MEDINA-BLUM, Fernando. La Satisfacción en el Trabajo y su Relación con los Resultados Financieros de las Pymes Turísticas. Revista de Negocios y PYMES 2016, 2-6: 25-34

† Investigador contribuyendo como primer autor.

\*Correspondencia al Autor .Correo Electrónico:(luisarguellesmaa@hotmail.com)



**Introducción**

La Comisión Europea considera que la satisfacción en el trabajo es un indicador que forma parte de la calidad de vida, se han desarrollado innumerables trabajos desde los orígenes de Hamermesh (1977), Freeman (1978) y Borjas (1979). Los encargados de dirigir las empresas destacan que la satisfacción del trabajador con su trabajo es sumamente importante, las investigaciones apuntan a que la fidelidad de un trabajador con su empresa así como su productividad y repercusión en los resultados empresariales dependen de un alto grado de satisfacción laboral (Clark et al., 1998), todo ello derivado de que a mayor satisfacción laboral esta se repercute en la mejoría en la satisfacción de los clientes (Fonsam et al., 1998). Dentro de los factores más relevantes que afectan esta satisfacción laboral se tienen las horas extras, remuneración, estabilidad y seguridad en el empleo, tareas, posibilidad de ascenso y las relaciones sociales (Ahn y García, 2004; Boria-Reverter, 2012). Algunos investigadores afirman que la satisfacción en el trabajo como variable de estudio relevante de los recursos humanos data del estudio realizado por Hoppock (1935), aquí se pretende demostrar la relevancia de la satisfacción y su efecto en la productividad y la rentabilidad organizacional.

Analizar el grado de satisfacción en el trabajo, a la luz de todas las vertientes, implica centrar la atención en las características del individuo, las circunstancias del ambiente de trabajo, o la combinación de ambas. La gestión empresarial es centro de atención y objeto de estudio de los investigadores, empresarios y autoridades gubernamentales, por su impacto en el desarrollo de las organizaciones y su penetración en las diversas esferas sociales (Zayas, 1996).

En los momentos que vivimos, globalizado, variado y con una sociedad del conocimiento creciente, el hombre desempeña un papel preponderante en la organización, su desarrollo y evolución. En la gestión empresarial, el elemento humano es el más dinámico y es un producto de la interrelación de personas con la organización, políticas, normas y métodos alineados con la visión y misión empresarial. Hacer una gestión correcta es fundamental al significar un mayor grado de eficiencia, efectividad, eficacia y compromiso de los trabajadores para generar mayor productividad y rendimiento.

Estudiar la satisfacción en el trabajo es una problemática que se deriva desde el mismo proceso de división del trabajo y se sistematiza al surgir la psicología y la administración como ciencias, es algo complejo y controvertido desde el punto de vista científico, al existir múltiples tendencias en el estudio tanto del hombre como de la actividad laboral. Esta satisfacción laboral ha sido una de las variables más estudiada en el ámbito del entorno del trabajo, aún no ha existido un consenso en cuanto a su definición, algunos especialistas señalan que está libre de teoría, en consecuencia no hay un pronunciamiento unánime para definir este elemento de satisfacción en el trabajo.

Hasta la fecha los enfoques de las investigaciones acerca de la satisfacción laboral tienen una teoría sobre la motivación, es una continuidad que va desde la total satisfacción hasta la insatisfacción (Taylor, 1911; Mayo, 1933; Herzberg et al., 1959; Locke, 1976; Robbins & Coulter, 1996). Para Robbins (2000, 2006) la motivación es la disposición de hacer algo y que está condicionada por la capacidad de estos actos para satisfacer alguna necesidad. La motivación y la satisfacción laboral son formaciones diferentes, la primera es el eje de la segunda.

Las variables en el trabajo determinan la satisfacción laboral, hay evidencia que los principales factores son: trabajo intelectual y estimulante, recompensas equitativas, condiciones favorables en el entorno y compañerismo. Los mismos empleados prefieren puestos que les proporcionen oportunidades para demostrar sus habilidades y capacidades además de ofrecer un gran abanico de tareas, así como retroalimentación acerca de su desempeño. Aquellos puestos sin reto provocan rutina, fastidio, frustración y pueden conducir al fracaso. Asimismo, los empleados requieren sistemas de pagos y políticas de ascenso justas y congruentes con su visión.

Existe un tema que atrae a los estudiosos del comportamiento organizacional y es la relación entre la satisfacción y productividad que deriva en resultados financieros óptimos. Una pregunta que habrá que resolver es si los trabajadores satisfechos son los más productivos y que aportan a la rentabilidad de las organizaciones, entendiendo por productividad la medida de qué tan bien funciona el sistema de operaciones o procedimientos de las empresas, es un indicador de la eficiencia y competitividad de la organización o parte de ella (Robbins, 1998; Stonner, 1994).

Es un verdadero reto estudiar la satisfacción en el trabajo como parte de la Calidad de Vida Laboral, principalmente porque es el motor que garantiza la productividad y se refleja en los rendimientos financieros de las organizaciones. Para el empleo habrá que establecer un modelo eficiente de productividad, basado en que la producción busca controlar los tiempos invertidos en los procesos productivos a fin de reducir los costos de producción.

Un nuevo pensamiento en la organización, es pensar en el binomio empresa-trabajador lo que lleva a tener el control de estos dos elementos para provocar mayor eficiencia y productividad de los entes económicos.

Para Zohurul y Siengthai (2009) los resultados empresariales y la productividad están influenciados por la calidad de vida del trabajador.

A través de este artículo se pretende contribuir al conocimiento de la satisfacción en el trabajo como parte de la calidad de vida laboral y la influencia que tiene en los resultados de las organizaciones. Para alcanzar este objetivo primero habrá que revisar los elementos que configuran la satisfacción laboral como segmento de la calidad de vida en el trabajo, y los resultados financieros en los entes económicos.

Este trabajo de investigación aporta al conocimiento un modelo matemático predictivo que condiciona los resultados financieros de las organizaciones con la satisfacción en el trabajo de sus empleados. Por supuesto que bajo un contexto definido de las Pymes Turísticas del Estado de Campeche.

### **Marco teórico**

Referirse a Calidad de Vida laboral es abordar un concepto multidimensional que enmarca todos los aspectos del trabajo encontrando lo que es la satisfacción en el trabajo; se pretende con este concepto dinámico el pleno desarrollo humano, tratando de encontrar el punto de enlace del trabajador con la empresa.

Rousseau & Mclean-Parks (1993) y Thompson & Bunderson (2003) han estudiado la satisfacción o insatisfacción en el puesto de trabajo desde varias aristas, la han relacionado con las tareas, con los jefes, con la modificación del contrato psicológico entre la empresa y el recurso humano, así como la dinámica evolutiva empresarial adaptada a la vida laboral de los empleados. Se determina una relación positiva entre el contrato de trabajo y la satisfacción laboral, el compromiso, la motivación y la evaluación de las relaciones de empleo (Guest y Conway, 2002).

La satisfacción se toma con un factor determinante en la gestión de los recursos humanos y es un elemento fundamental para promover la productividad y rendimientos financieros de las organizaciones, constatando que aquellos trabajadores más satisfechos son generalmente los más productivos (Martínez, 2007).

Cuando se habla de organizaciones productivas es necesario tocar el tema de los recursos humanos, ya que se requiere la participación de las personas y de una constante relación con las empresas; los factores que inciden en la productividad son la motivación, la satisfacción laboral, y el clima laboral entre otros (Cequea y Nuñez, 2011).

Es responsabilidad de la dirección de las empresas, así como de todos los diferentes niveles de supervisión, conocer el estado de satisfacción o insatisfacción que se manifiesta en los centros de trabajo, investigando las actitudes de trabajadores y directivos, ya que del conocimiento profundo de ello dependerá el éxito de la organización, para hacerla más eficiente, competitiva y rentable (Pinilla, 1982).

Cuando González et al., (2009) esboza la calidad de vida laboral como un concepto multidimensional que se perfecciona cuando el trabajador, a través del empleo y bajo su percepción ha cubierto sus necesidades personales; para su estudio las divide en 7 dimensiones dentro de la que se encuentra la satisfacción en el trabajo. Asimismo, el concepto influenciado por el neopositivismo que elige como lógica las categorías e incluye como objeto de estudio todos los que pueden describirse en la estructura de las organizaciones, además que reconoce la necesidad de basarse en el funcionalismo que propone una teoría de la motivación para conocer la Calidad de Vida Laboral y que contiene inmersa la satisfacción de los trabajadores es el señalado por González et al. (2010) que lo concluye como: “Es un concepto multidimensional que se integra cuando el trabajador, a través del empleo y bajo su propia percepción, ve cubiertas las siguientes necesidades personales: soporte institucional, seguridad e integración al puesto de trabajo y satisfacción por el mismo, identificando el bienestar conseguido a través de su actividad laboral y el desarrollo personal logrado, así como la administración de su tiempo libre”.

Los resultados empresariales corresponden al valor creado por las organizaciones y su otra parte se refleja en dos formas: la mejora de la capacidad empresarial para el valor futuro conocido como “Beneficio Estratégico” y el valor creado por la producción denominado “Utilidad Contable”, por tanto el resultado empresarial es la retribución al factor empresa por su participación en los procesos de creación de valor social (Sastré, 2006). Por otro lado los empleados son los elementos estratégicos necesarios para alcanzar los resultados empresariales esperados (Zohurul y Siengthai, 2009).

## Metodología

Se inicia el trabajo aproximando los conceptos de satisfacción en el trabajo, calidad de vida, resultados empresariales y la correlación entre ellos, siendo su diseño no experimental, descriptivo, correlacional y transeccional (Hernández et al., 2006), toda vez que el objeto de estudio es describir el grado satisfacción de los trabajadores con su empleo como parte de la calidad de vida laboral y su relación con la rentabilidad de las organizaciones.

Se trabaja con 33 empresas del sector turístico del Municipio de Campeche, al ser las más representativas del medio de acuerdo a las fuentes informativas del Sistema Empresarial Mexicano y contar con más de 10 trabajadores cuando menos para poder ser investigadas y obtener aportaciones significativas. Cuando se realiza el estudio en los 3 primeros meses de 2016 se trabajó en forma censal encontrando en su momento a 264 empleados.

La recolección de datos para las variables independientes identificadas como:  $X_1$  al  $X_{10}$  se hizo a través del instrumento válido y confiable elaborado por González et al. (2010), mismo que fue contextualizado y piloteado con un  $\alpha$  de cronbach de 0.87 que es satisfactorio. Este cuestionario consta de 7 dimensiones con 74 ítems, tomándose la variable "Satisfacción en el trabajo" con 10 ítems para este trabajo de investigación, que están estructurados en una escala tipo Likert con cinco opciones de respuesta: Nada satisfactorio = 0, Poco satisfactorio = 1, Punto neutro = 2, Satisfactorio = 3, Muy satisfactorio = 4. Relativo a la variable dependiente identificada como Y, el valor asignado es el relativo a los resultados financieros de las empresas por el ejercicio fiscal 2015.

Las especificaciones del cuestionario para medir la satisfacción en el trabajo como parte de la calidad de vida se muestran en Tabla 1 que se convierten en las variables independientes denominadas de la  $X_1$  a la  $X_{10}$ , así como la variable dependiente que corresponde a los resultados financieros identificada como Y.

| Variable | Descripción  |
|----------|--|
| Y        | Resultados Financieros   |
| $X_1$    | Con respecto a la forma de contratación, con que cuento en este momento, me encuentro                                    |
| $X_2$    | En relación con la duración de mi jornada de trabajo me encuentro  |
| $X_3$    | Con respecto al turno del trabajo que tengo asignado me encuentro  |
| $X_4$    | En cuanto a la cantidad de trabajo que realizo, mi grado de satisfacción es  |
| $X_5$    | Mi grado de satisfacción por trabajar en esta institución (comprado con otras instituciones que conozco) es              |
| $X_6$    | Con relación a las funciones que desempeño en esta institución, mi nivel de satisfacción es                              |
| $X_7$    | Mi grado de satisfacción por el uso que hago en este trabajo de mis habilidades y potenciales es                         |
| $X_8$    | Satisfacción que siento en relación a las oportunidades que tengo para aplicar mi creatividad e iniciativa en mi trabajo |
| $X_9$    | Con respecto al reconocimiento que recibo de otras personas por mi trabajo me siento                                     |
| $X_{10}$ | Mi grado de satisfacción ante mi desempeño como profesional en este trabajo es   |

Fuente: Elaboración propia con elementos del cuestionario González et al., (2010)

**Tabla 1** Identificación de las variables independientes y dependientes

El cuestionario fue aplicado directamente a los 264 trabajadores de las 33 empresas con objeto de comprobar la obtención confiable de los datos, asimismo, la información financiera se hizo vía solicitud formal a las organizaciones quienes por confidencialidad solo dieron este dato, sin mayor información posible. De los datos así colectados en primera instancia se obtuvo la media para cada una de los variables independientes y se agruparon en una matriz de datos para cada una de las empresas. El modelo matemático se obtiene utilizando el programa Statistic Package for Social Science SPSS versión 23.0 para Windows.

Se obtiene la ecuación de regresión múltiple y se comprueba con el estadístico de ajuste de bondad, con ello se logra mayor confiabilidad al permitir verificar la tendencia razonable de los resultados.

## Resultados

Congruente con el rigor metodológico establecido y derivado de los 264 instrumentos aplicados a los empleados de las 33 empresas del Sector Turístico Campechano, además de la información financiera de éstas, se elabora la base de datos que muestra las medias de los 10 ítems que corresponden a las variables independientes de “Satisfacción en el Trabajo” para establecer el punto de comparación con la variable dependiente “Resultados Financieros”.  
Tabla 2.

|     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| .33 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .31 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .32 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .31 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .33 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .29 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .3  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .31 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .3  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .33 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .3  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .31 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .33 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .33 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .32 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .34 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .3  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .29 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .38 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .31 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .36 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .34 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .33 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .36 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .35 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .34 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .33 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .33 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .35 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .31 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .37 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .36 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| .33 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |

**Tabla 2** Matriz de datos Resultados Financieros Satisfacción en el trabajo

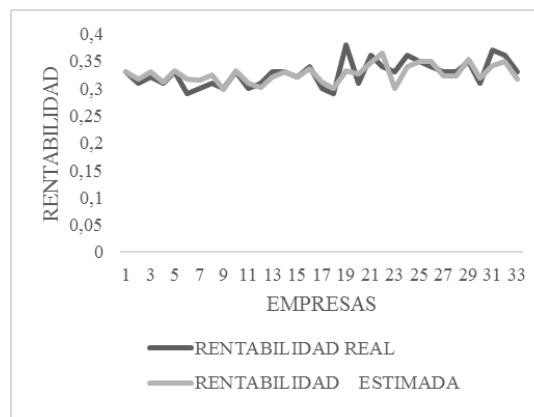
En la Tabla 2 se puede observar que la rentabilidad de las empresas oscila del 0.29 a 0.38, lo que significa que por cada peso de activos invertidos se están generando entre 0.29 y 0.38 de resultados financieros; asimismo, que la percepción de los trabajadores con la satisfacción en el trabajo es satisfactoria, toda vez que la mayor incidencia se da en los niveles 3 = Satisfactorio y 4 = Muy Satisfactorio.

Se estima el modelo de regresión y correlación múltiple Resultados Financieros-Satisfacción en el Trabajo con los resultados siguientes: 1. Todas las variables independientes fueron incluidas en el modelo, esto es, ninguna fue rechazada para el análisis al ser su valor diferente a cero; el coeficiente de correlación múltiple (R) es del 72.9% y el de determinación (R<sup>2</sup>) es de 53.1%; el error típico de la estimación es de 0.01907 con un nivel de significación de 0.036, lo anterior soporta que el modelo matemático que se obtenga como resultado es confiable; el análisis de la varianza (ANOVA) arroja un estadístico F con valor de 2.490 mayor al nivel de significancia que es de 0.036; la variable dependiente "Y" adquiere un valor constante de 0.174 cuando todas las variables independientes son iguales a cero "0"; los coeficientes B (Beta) con intervalo de confianza del 95% para cada una de las variables independientes arrojan: B1 = 0.007, B2 = 0.007, B3 = 0.001, B4 = 0.005, B5 = 0.003, B6 = 0.004, B7 = 0.003, B8 = 0.009, B9 = 0.010 y B10 = 0.003.

La ecuación de regresión múltiple con 10 variables independientes es la mostrada como ecuación (1):

$$\begin{aligned}
 Y = & 0.174 + 0.007X_1 + 0.007X_2 + 0.001X_3 \\
 & + 0.005X_4 + 0.003X_5 \\
 & + 0.004X_6 + 0.003X_7 \\
 & + 0.009X_8 + 0.010X_9 \\
 & + 0.003X_{10}
 \end{aligned}
 \tag{1}$$

Mediante el estadístico de bondad de ajuste se comprueba que existe una alineación de los valores de las variables y que no están dispersas, comparando los valores reales con los estimados, lo que infiere que el modelo matemático es altamente confiable y predictor. Véase Gráfico 1



**Gráfico 1** Bondad de Ajuste del modelo Resultados Financieros-Satisfacción en el trabajo

## Discusión y Conclusiones

Del análisis a la información recolectada de las 33 empresas y 264 trabajadores que dependen de ellas, a través del estadístico descriptivo, se puede observar que todas marcan una razonable rentabilidad y que sus empleados perciben que se encuentran satisfechos a las actividades que desempeñan en su puesto de trabajo. Los índices así lo reflejan al presentar resultados financieros positivos que van del 0.29 al 0.38, así como percepción entre 3 y 4 de calificación que de por sí son satisfactorias.

Este estudio deja de manifiesto que las empresas que se toman mantienen en promedio 9 trabajadores y que son similares en cuanto a la rentabilidad que las investigadas por Benavente (2008) al tener rendimientos financieros en un promedio del 35% sobre sus activos, cuya investigación revela la influencia de la calidad de vida sobre dichos resultados.

En tanto al recurso humano se le proporcionen todos los elementos necesarios para poder percibir una adecuada satisfacción, los resultados financieros irán en crecimiento y ser lo que los actores de las organizaciones esperan. Ante este panorama, la ecuación (1) obtenida es un elemento predictor valioso que permite ratificar lo expuesto al determinar una relación positiva creciente entre los resultados financieros y la satisfacción con el trabajo de los empleados. Queda ratificado con el coeficiente de correlación del 72.9% y el de determinación del 53.1%, significando que cualquiera de las variables independientes da respuesta a los resultados financieros (dependiente).

Aún más queda de manifiesto el carácter predictor de la ecuación (1) al revisarse a través de la bondad del ajuste (Gráfico 1) que al ser sustituidos en la ecuación (1) los valores reales proyectamos los estimados, se observa que existe la misma tendencia positiva en la obtención de los resultados empresariales.

Hay que prevenir que la investigación presentada está sectorizada a empresas turísticas, y a solo una dimensión de la calidad de vida laboral estudiada por Gonzalez et al., (2010), realizada para ir analizando cada una de sus 7 dimensiones contenidas en el cuestionario de recolección de datos debidamente validado. El reto es seguir con la revisión detallada de las demás dimensiones para concluir acerca de la influencia en los rendimientos de las empresas.

Esto nos lleva a continuar con los trabajos de investigación hasta concluir con todas las dimensiones y sustentar la conclusión en forma integral. También es necesario ratificar que el mismo sentido de resultados obtuvo en su trabajo Zohurul y Siengthai (2009), aunque no con la expectativa esperada.

### Referencias

- Ahn, N. y J.R. García (2004): Job satisfaction in Europe, FEDEA Documento de trabajo 2004-11, Madrid.
- Benavente, José (2008). La Dinámica Empresarial en Chile (1999-2006). Ministerio de Economía. Gobierno de Chile. Chile.
- Bòria-Reverter, S., M. Crespi-Vallbona y O. Mascarilla-Miró (2012): Variables determinantes de la satisfacción laboral en España, Cuadernos de Economía 35, pp. 9-16.
- Borjas, G.J. (1979): Job satisfaction, wages and unions, *Journal of Human Resources* 14, pp. 21-40.
- Cequea, M. & Nuñez, M. (2011). Factores humanos y su influencia en la productividad. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 16(53), 116-137.
- Clark, A.E., Y. Georgellis y P. Sanfey (1998): Job satisfaction, wage changes and quits. Evidence from Germany, *Research in Labour Economics* 17, pp. 95-122.
- Fonsam, E.B., M.F.J. Grimsley y S.J. Wisher (1998): Exploring models for employee satisfaction with particular reference to a police force, *Total Quality Management* 9, pp. 235-247.

- Freeman, F.B. (1978): Job satisfaction as an economic variable. American Economic Association, Papers and proceeding 68, pp. 135–141.
- González R, Hidalgo G, Salazar J, Preciado M. (2010) Elaboración y validación del instrumento para medir calidad de vida en el trabajo “CVT-GOHISALO”. *Ciencia y trabajo*; 36: pp. 332-340
- González, R., Hidalgo, G., Salazar, J. & Preciado, M. L. (2009). Fundamentos teóricos de la calidad de vida laboral. En *Instrumento para medir la calidad de vida en el trabajo CVT-GOHISALO*. México.
- Guest, D. & Conway, N. (2002). Communicating the psychological contract: an employer perspective. *Human Resource Management Journal*, 12(2), 22-38.
- Hamermesh, D.S. (1977): Economics aspects of job satisfaction. En: O.C. Ashenfelter y W.E. Oates (eds.), *Essays in Labor Market and Population Analysis*, John Wiley and Son, New York.
- Hernández, Roberto; Fernández-Collado, Carlos; Pilar Baptista, Lucio. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill. Cuarta edición, XLIV.
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. (1959). *The motivation to work*. 2ª ed. New York: Wiley.
- Hoppock, R. (1935). *Job Satisfaction*. Harper and Brothers: New York.
- Locke, A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. In: Dunette M.D. (Coord) *Handbook of industrial and organizational psychology*. Chicago: Rand McNally, pp. 1297-1349.
- Martínez, N. (2007). Recursos humanos y management empresarial: el caso de la satisfacción laboral. *Cuadernos de CC.EE. y EE*, 52, 75-101.
- Mayo, E., (1933). *The human problems of and industrial civilization*, New York: Macmillan.
- Pinilla, Antonio, (1982). *Dinámica de la Gestión Empresarial*. Lima: Iberoamericana de Editores S.A.
- Robbins, S. & Coulter, M. (1996). *Administración*. México: PrenticeHall Hispanoamericana, S.A.
- Robbins, S. (2000). “*Comportamiento Organizacional. Teoría y Práctica*”. Séptima. Méjico: Edición Prentice-Hall Hispanoamericana S.A.
- Robbins, S. (2006). *Comportamiento organizacional*, México: Editorial Prentice Hall Hispanoamericana.
- Robbins, Stephen, (1998). *Fundamentos del Comportamiento Organizacional*. México: Edit. Prentice Hall.
- Rousseau, D. M. & McLean-Parks, J. (1993). The contracts of individuals and organizations. In: Cummings, L. L., Staw, B. M. (Eds.) *Research in organizational behavior*. Greenwich C.T.: JAI Press.
- Sastre, F. (2006). *La Empresa es su Resultado: El beneficio editorial y la contabilidad del conocimiento*. Tesis doctoral de Economía, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Pontificia Comillas de Madrid, Madrid.
- Stonner, James y Freeman, E, (1994). *Administración*. México: Edit. Mc Graw Hill.



Taylor, F. (1911). The principles of Scientific Management. Nueva York: Ed. Harper y Bros.

Thompson, J. A. & Bunderson, J. S. (2003). Violations of principle: ideological currency in the psychological contract. *Academy of Management*. 28(4), 571-586.

Zayas, P. (1996). ¿Cómo seleccionar al personal de la empresa?, Ciudad Habana Ed. Academia.

Zohurul, Islam y Siengthai, Sununta (2009). Quality of Work Life and Organizational Performance: Empirical Evidence from Dhaka Export Processing Zone. This paper is prepared for the ILO Conference on 'Regulating for Decent Work, to be held at the International Labour Office, Geneva during.

## Estudio de las empresa de Empréstito en la región Sureste De México, Para la Generación de un Modelo de Mejora Continua

MONTEJO-CASTRO, Elsi del Carmen†\*, ELISEO-DANTÉS, Hortensia, MENESES-HERNÁNDEZ, José Luis y FUENTES-LÓPEZ, Mayra Edilia

*Departamento de Ingeniería Industrial. Instituto Tecnológico de Villahermosa*

Recibido 04 de Agosto, 2016; Aceptado 23 de Noviembre, 2016

### Resumen

Antecedentes: considerando que en México, un alto porcentaje de la población no tiene acceso a los créditos bancarios, por lo cual, las casas de empeño cumplen con una función social, que cubre las necesidades concretas de financiamiento oportuno, al apoyar a las personas a resolver sus problemas económicos momentáneos, a través de préstamos prendarios. Debido a la Globalización las empresas deben esforzarse por mejorar cada día en todos los sentidos. Tema en el que se enfocara la presente investigación, con la finalidad de incrementar el éxito de la empresa. El objetivo principal de la investigación es evolucionar en el servicio, en esencia, el deseo y convicción de ayudar a otra persona en la solución de un problema, o en la satisfacción de una necesidad. Esta investigación es importante para lograr el éxito de la empresa, y de sus asociados (empleados). Ya que esto se refleja en un beneficio económico para ambos. La técnica utilizada es DELPHI, que consiste en la selección de un grupo de expertos a los que se les pregunta su opinión sobre cuestiones referidas a acontecimientos del futuro. Las estimaciones de los expertos se realizan en sucesivas rondas, anónimas, pero con la máxima autonomía por parte de los participantes. Habiendo obtenido 15 factores claves que fueron determinantes para el diseño de la propuesta de desarrollo del corporativo analizado. Y que se encuentran fundamentalmente adheridos a las variables: económica, social, cultural, tecnológica y política.

**Servicio, financiamiento, globalización, factores claves**

### Abstract

Whereas in Mexico, a high percentage of the population has no access to bank loans, therefore, pawnshops fulfill a social function, covering the specific needs of timely financing, to support people to momentary solve their economic problems through secured loans. Due to globalization companies must strive to improve every day in every way, identifying as an added value: provide quality service to its customers. Issue that this research will focus, in order to increase the success of the company. The main objective of the research is to evolve in service, in essence, desire and conviction to help another person to solve a problem or satisfy a need. This research is important for the success of the company, and its associates (employees). Since this is reflected in an economic benefit for both. The technique used is DELPHI, which involves selecting a group of experts who are asked their opinions on issues related to future events. The expert estimates are made in successive rounds, anonymous, in order to try to achieve consensus, but with maximum autonomy for participants. Having obtained 15 key factors were crucial to the design of the proposed development of corporate analyzed? And they are fundamentally attached to variables: economic, social, cultural, technological and political.

**Service, finance, globalization, key factors**

**Citación:** MONTEJO-CASTRO, Elsi del Carmen, ELISEO-DANTÉS, Hortensia, MENESES-HERNÁNDEZ, José Luis y FUENTES-LÓPEZ, Mayra Edilia. Estudio de las empresa de Empréstito en la región Sureste De México, Para la Generación de un Modelo de Mejora Continua. Revista de Negocios y PYMES 2016, 2-6: 35-41

† Investigador contribuyendo como primer autor.

\*Correspondencia al Autor .Correo Electrónico: (elsimontejod@hotmail.com)

## Introducción

En la actualidad, los clientes son cada vez más exigentes, ya no solo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido y confiabilidad en los servicios.

Los competidores se van equiparando en calidad y precio, por lo que se hace necesario buscar un aspecto de mejora.

Mediante la presente investigación, se podrá entender lo que realmente significa brindar un servicio de calidad a los clientes, al analizar las variables del contexto y al final lograr una propuesta de mejora que contribuya al crecimiento de la organización, ya que al enfrentarse a presiones competitivas cada vez más fuertes, las empresas tienen una mayor necesidad de mejorar significativamente en todos los sentidos, para poder participar en el contexto global que exige la sociedad.

Es necesario orientar a las organizaciones mexicanas hacia el terreno de la productividad y competitividad como una tarea urgente, los especialistas en la materia tienen opiniones coincidentes sobre un sin número de decisiones que se deben tomar, más aun cuando estos conceptos se encuentran ligados a mejorar de la calidad de vida de las sociedades.<sup>1</sup>

Considerando que en México, un alto porcentaje de la población, no tiene acceso a los créditos bancarios, las casas de préstamo cumplen con una función social, que cubre las necesidades concretas de financiamiento oportuno. En el corporativo seleccionado a nivel región Sureste se ha observado que no toda el personal muestra interés en dar una buena atención al cliente, muchas veces sólo se limitan a contestar lo que el cliente pregunta.

Pero no se demuestra una actitud de servicio y tampoco de asegurar la satisfacción del mismo, por lo que es importante realizar estudios a fondo para medir el nivel de los elementos que conforman dicho sistema, así como la influencia que las variables del contexto han tenido sobre el mismo. El servicio es, en esencia, el deseo y convicción de ayudar a otra persona en la solución de un problema, o en la satisfacción de una necesidad. La calidad en el servicio es primordial en el mercado tan competitivo que existe en la actualidad. Prácticamente en todos los sectores de la economía se considera el servicio al cliente como un valor adicional en el caso de productos tangibles y por supuesto es la esencia de los casos de empresas de servicios. El presente trabajo de investigación es importante para lograr el éxito del corporativo, y de sus asociados (empleados). Ya que esto se refleja en un beneficio económico para ambos.<sup>2</sup>

## Descripción del método

Los pasos formales a desarrollar, para contar con todos los elementos necesarios que permitan visualizar los escenarios de estudio de manera integral, así como las técnicas a aplicar y las posibles propuestas para dar las soluciones y poder lograr los cambios significativos se pueden visualizar en la siguiente figura 1.



Figura 1 Metodología para la Investigación

La metodología de previsión Delphi utiliza juicios de expertos en tecnología o procesos sociales considerando las respuestas a un cuestionario para examinar las probables orientaciones del desarrollo de tecnologías específicas, meta-tipos de tecnologías o diferentes procesos de cambio social. Para generar un diagnóstico de la situación actual del corporativo tomado como muestra a nivel regional (Región Tabasco), se utiliza el instrumento de Autodiagnóstico Institucional, el cual nos permitirá evaluar los ocho criterios básicos, que toda empresa debe tener para encausarse a un esquema de calidad. El autodiagnóstico es un ejercicio en el que los miembros del corporativo identifican y califican los principales elementos de la organización y el avance que tienen en su proceso de desarrollo. Cada uno de los criterios está determinado por un número determinado de indicadores. En el que hay una escala del 10 al 100, donde el 100 representa el grado más alto de avance en la realidad de la empresa.

El análisis estructural se basa en el estudio de la estructura, esto es, del “conjunto de elementos y de interrelaciones que caracterizan, con cierta permanencia, una determinada situación real”; así interdependencia, globalidad y permanencia se convierten en conceptos fundamentales del análisis estructural.<sup>3</sup> El análisis estructural es una herramienta de estructuración de una reflexión colectiva. Ofrece la posibilidad de describir un sistema con ayuda de una matriz que relaciona todos sus elementos constitutivos.

### **Análisis a partir del método del Método estructural**

Partiendo de esta descripción, este método tiene por objetivo, hacer aparecer las principales variables influyente y dependientes y por ello las variables esenciales a la evolución del sistema.

El análisis estructural se realiza por un grupo de trabajo compuesto por actores y expertos con experiencia demostrada, pero ello no excluye la intervención de “consejeros” externos. Generando con ello la matriz de doble entrada, la cual es de suma importancia por los factores que genera a partir del análisis de cada una de las variables del contexto.<sup>4</sup>

### **Resultados**

| Perfil integral del corporativo financiero región tabasco |              |    |    |   |   |       |
|---|--------------|----|----|---|---|-------|
| #   | Criterio     | G. | G. | S | A | % PRO |
| 1   | Satisfac     | 8  | 7  | 7 | 6 | 73    |
| 2   | Lideraz      | 8  | 8  | 8 | 8 | 84    |
| 3   | Desarrol     | 7  | 7  | 7 | 7 | 75    |
| 4   | Admón. de la | 9  | 9  | 9 | 9 | 96    |
| 5   | Planeaci     | 9  | 9  | 9 | 9 | 94    |
| 6   | Gestión v    | 7  | 7  | 6 | 6 | 69    |
| 7   | Impacto      | 1  | 1  | 1 | 1 | 11    |
| 8   | Resulta      | 9  | 9  | 9 | 9 | 91    |

**Tabla 1** Perfil Integral región Tabasco

La tabla 1, la cual nos muestra que la empresa tiene un promedio general de 74% de avance al logro de la calidad, situándose en un nivel de empresa Competente. Los niveles más altos se encuentran en las áreas de Admón. De la información y la Tecnología, Planeación estratégica, resultados y liderazgo. En los puntos de Desarrollo del personal y gestión del capital intelectual, satisfacción del cliente y Gestión mejora de procesos, se encuentra en proceso de Desarrollo.

Y se detectaron áreas de oportunidad en la Gestión y Mejora de procesos. Así como brindar especial atención al rubro de Impacto a la Sociedad.

| Factor | Nombre                                    | Definición  |
|--------|---|---|
| F1     | Ambito social                             | Se refiere a la imagen corporativa de la empresa, y a la preferencia de los clientes.   |
| F2     | Ambito Cultural                           | Concieme a costumbres, tradiciones y valores que afloran en la organización.  |
| F3     | Ambito Económico                          | Son los elementos cuantitativos que actualmente inciden en la productividad del grupo empresarial.  |
| F4     | Ambito Ambiental                          | Se consideran los elementos tanto tangibles como intangibles que afectan el ambiente laboral del corporativo.   |
| F5     | Ambito Político                           | Las leyes y lineamientos que surgen de las diversas entidades gubernamentales.  |
| F6     | Ambito Tecnológico                        | Implica la capacidad de tecnología en el grupo.   |
| F7     | Capacitación                              | Capacitación, adiestramiento y desarrollo de actitudes y aptitudes en la organización para su formación.  |
| F8     | Liderazgo                                 | Es el conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo tiene para influir en las personas, trabajando hacia el logro de sus metas y objetivos.                               |
| F9     | Comunicación                              | Es la actividad consciente en intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir.  |
| F10    | Falta de compromiso                       | Son aquellos empleados que no están contentos con su trabajo, afectando negativamente la productividad y el crecimiento de la organización.   |
| F11    | Enfoque al cliente                        | Conocer a los clientes internos y externos, para satisfacer sus necesidades.  |
| F12    | Rotación de personal                      | Se dice que el personal rota cuando trabajadores se van de la compañía (ya sea porque son despedidos o renuncian) y son reemplazados por otros que cubren sus puestos y asumen sus funciones. |
| F13    | Falta de visión e iniciativa del personal | Estas personas se desconectan de las estrategias y no agregan ningún valor a la organización.   |
| F14    | Delincuencia                              | Se refiere a las personas que cometen delitos y violan las  |
| F14    | Competencia                               | Concieme a las empresas del mismo ramo que se encuentren bien consolidadas en el  |

**Tabla 2** Listado de Factores según análisis estructural

| FACTOR            | NOMBRE                                    | F1 | F2 | F3 | F4 | F5 | F6 | F7 | F8 | F9 | F10 | F11 | F12 | F13 | F14 | F15 | MOTRICIDAD TOTAL |
|-------------------|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------------------|
| F1                | Ambito Social                             | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 0  | 1  | 0   | 1   | 1   | 0   | 1   | 1   | 10               |
| F2                | Cultural                                  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 14               |
| F3                | Ecónomica                                 | 1  | 1  | 0  | 1  | 0  | 1  | 0  | 0  | 1  | 0   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 9                |
| F4                | Ambiental                                 | 1  | 1  | 0  | 1  | 0  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 0   | 0   | 10               |
| F5                | Política                                  | 1  | 0  | 1  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0   | 0   | 0   | 0   | 1   | 0   | 3                |
| F6                | Tecnológica                               | 1  | 1  | 1  | 0  | 0  | 1  | 0  | 0  | 0  | 0   | 0   | 0   | 0   | 1   | 0   | 5                |
| F7                | Capacitación                              | 0  | 1  | 1  | 0  | 0  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 0   | 1   | 10               |
| F8                | Liderazgo                                 | 1  | 1  | 0  | 1  | 0  | 0  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 0   | 1   | 10               |
| F9                | Comunicación                              | 1  | 1  | 0  | 1  | 0  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 0   | 1   | 11               |
| F10               | Falta de compromiso                       | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 0  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 0   | 0   | 10               |
| F11               | Enfoque al cliente                        | 1  | 1  | 0  | 1  | 0  | 0  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 0   | 1   | 10               |
| F12               | Rotación de personal                      | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 0  | 1  | 1  | 1  | 1   | 0   | 1   | 1   | 1   | 0   | 11               |
| F13               | Falta de visión e iniciativa del personal | 1  | 1  | 1  | 1  | 0  | 0  | 1  | 1  | 1  | 1   | 1   | 1   | 1   | 0   | 0   | 10               |
| F14               | Delincuencia                              | 1  | 1  | 1  | 0  | 1  | 1  | 0  | 0  | 0  | 0   | 0   | 1   | 0   | 0   | 0   | 6                |
| F15               | Competencia consolidada                   | 1  | 1  | 1  | 0  | 0  | 0  | 1  | 1  | 0  | 1   | 1   | 0   | 0   | 0   | 1   | 7                |
| DEPENDENCIA TOTAL |   | 13 | 13 | 10 | 8  | 5  | 5  | 11 | 9  | 9  | 10  | 9   | 12  | 9   | 6   | 7   | 136              |

**Tabla 3** Matriz de Motricidad y Dependencia

En la matriz se muestra el listado de factores con sus respectivos valores de acuerdo al análisis realizado, la parte vertical corresponde a la motricidad y la parte horizontal a la dependencia.

El Grado de Motricidad indica el grado de influencia que tiene un factor con otro. Así mismo el de Dependencia indica que tan dependiente es un factor con respecto a otro. En ocasiones los factores muestran los dos grados de forma simultánea y esto nos indica cuales son las áreas en las que se debe tener mayor enfoque.

| FACTOR | NOMBRE                                    | MOTRICIDAD | %     | DEPENDENCIA | %    |
|--------|---|------------|-------|-------------|------|
| F1     | Ambito Social                             | 10         | 7.35  | 13          | 9.56 |
| F2     | Cultural                                  | 14         | 10.29 | 13          | 9.56 |
| F3     | Económica                                 | 9          | 6.62  | 10          | 7.35 |
| F4     | Ambiental                                 | 10         | 7.35  | 8           | 5.88 |
| F5     | Política                                  | 3          | 2.21  | 5           | 3.68 |
| F6     | Tecnológica                               | 5          | 3.68  | 5           | 3.68 |
| F7     | Capacitación                              | 10         | 7.35  | 11          | 8.09 |
| F8     | Liderazgo                                 | 10         | 7.35  | 9           | 6.62 |
| F9     | Comunicación                              | 11         | 8.09  | 9           | 6.62 |
| F10    | Falta de compromiso                       | 10         | 7.35  | 10          | 7.35 |
| F11    | Enfoque al cliente                        | 10         | 7.35  | 9           | 6.62 |
| F12    | Rotación de personal                      | 11         | 8.09  | 12          | 8.82 |
| F13    | Falta de visión e iniciativa del personal | 10         | 7.35  | 9           | 6.62 |
| F14    | Delincuencia                              | 6          | 4.41  | 6           | 4.41 |
| F15    | Competencia consolidada                   | 7          | 5.15  | 7           | 5.15 |
| TOTAL  |   | 136        | 100   | 136         | 100  |

**Tabla 4** Valores de Motricidad y Dependencia

En la tabla 4 se observar el número de factores, los valores de motricidad y de dependencia, así como sus porcentajes proporcionales. Lo cual fue determinante para el diseño de los cuadrantes en los que se ubica la zona de conflicto, zona de poder, zona de problemas autónomos y zona de salida.

Zona de Poder:

Ambiental (F4), Liderazgo (F8), Comunicación (F9), Enfoque al cliente (F11), Falta de visión e iniciativa del personal (F13).

Zona de Conflicto:

Ámbito Social (F1), Cultural (F2), Económica (F3), Capacitación (F7), Falta de compromiso (F10), Rotación de personal (F12).

Zona de Problemas Autónomos:

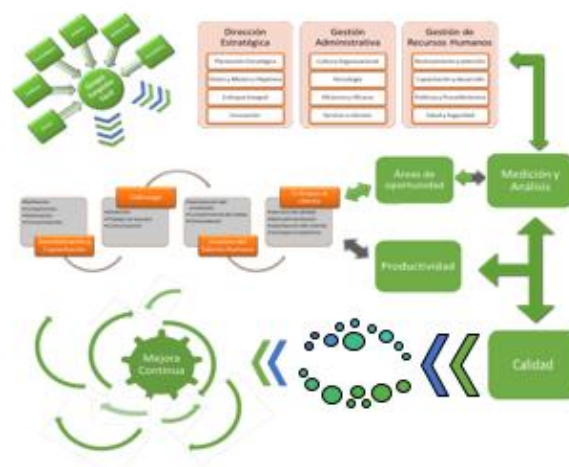
Política (F5), Tecnológica (F6), Delincuencia (F14), Competencia consolidada (F15).

Zona de Salida:

Ningún factor.

### Propuesta

En Como resultado de la interacción de expertos, las investigaciones, análisis previos, y estudios realizados, se propone el siguiente modelo de mejora, el cual pretende contribuir al crecimiento del Corporativo financiero región Tabasco, así como al desarrollo del personal que labora en el mismo, logrando que mejoren e incrementen su productividad, y con esto se enfoquen en un esquema de calidad total.



**Figura 1** Modelo de mejora

Debido a la Globalización que se vive en la actualidad, al entorno cambiante y difícil de controlar, es importante que la empresa conozca la interrelación que tiene con las variables del contexto, así como su influencia sobre el mercado, con el fin de anticiparse a los problemas, ya que esto le ayudará a planificar y entender el entorno que nos rodea y como consecuencia poder tomar mejores decisiones, debido a tener un panorama más amplio de lo que sucede en nuestro entorno.

En el Modelo observamos los puntos que tiene definida la Organización; Planeación Estratégica, Gestión Administrativa, y Gestión de Recursos Humanos.

Los cuales facilitarán el llegar a ser una empresa competitiva y por ende, exitosa. Estos aspectos proporcionan un marco de referencia para que la organización se pueda conducir a un mejor funcionamiento en todas las áreas. El éxito de una planificación estratégica radica en el poder de anticipación, la iniciativa y la reacción oportuna del cambio, también del apoyo que tenga por parte de los altos directivos y los trabajadores, planeando constantemente las actividades a realizar y no de manera improvisada, consecuencia de esto se establecen los objetivos de la organización y la definición de los procedimientos adecuados para alcanzarlos.

## Conclusiones

El cliente espera calidad en la satisfacción de sus necesidades y expectativas. Las necesidades se satisfacen con productos y servicios excelentes que deben conocer con detalle los trabajadores que los ofrecen (habilidad técnica). Las expectativas se satisfacen con el trato que se les ofrece (habilidad interpersonal).

El mayor reto de las empresas es superar las expectativas, de esta forma un valor agregado tanto de la atención como del servicio al cliente. En esta fase del proceso, la atención y el servicio al cliente son un todo indisoluble.

En una organización dirigida al cliente, el personal responsable de su atención, se convierte en un elemento fundamental para conseguir los objetivos, ya que son quienes brindan los servicios y atiende las necesidades de los clientes.

Por lo tanto la motivación del personal debe ser tomada en cuenta dentro de las organizaciones. Ya que está presente en todos los aspectos de la vida de los seres humanos. Todas las personas tienen necesidades que no se satisfacen con dinero. La vida social de los trabajadores, debe tener un equilibrio con su jornada laboral.

La productividad de una organización depende en gran medida del recurso humano. Las personas necesitan estar seguras de que son apreciadas y valoradas, que sus esfuerzos y aportes son reconocidos, que gracias a estas acciones obtendrán gratificaciones, y que sus puestos de trabajo son espacios seguros y confiables, de donde obtienen el sustento, para sobrevivir y para alcanzar un constante desarrollo personal.

Este bienestar del trabajador se traduce en alto rendimiento y mayor productividad económica y de imagen para una organización. De allí la importancia de implementar políticas claras y efectivas de motivación laboral.

Las organizaciones deben adoptar una actitud de mejora continua en los negocios, un modelo de trabajo y organización que le haga posible mantener e incrementar su competitividad cumpliendo con todas las expectativas de sus participantes.

**Referencias**

- BUENO, E. MORCILLO, P. Y SALMADOR, M. P. (2006): Dirección Estratégica. Nuevas Perspectivas Teóricas. Pirámide. Madrid.
- GODET, M., DUPERRIN, J.C. (1974). MICMAC: Matriz de Impactos Cruzados Multiplicación Aplicada a una Clasificación.
- BRIONES, G. (1995). Métodos y Técnicas de Investigación para las Ciencias Sociales, 2ª reimp., Ed. Trillas, México.
- PADUA, JORGE. (2004). Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales. México.
- CANTÚ, D. H. (2001). Desarrollo de una Cultura de Calidad. Editorial McGraw Hill. México.
- CROSBY – PHILIP. (1996). Reflexiones sobre la Calidad. 2da Edición. Editorial McGraw – Hill, México.
- DEMING, W. E. (1989). “Calidad, Productividad y Competitividad”, Ed. Días de Santos, España.
- FRED R., DAVID. (1999). “Conceptos de Administración Estratégica”, quinta Edición Prentice Hall Hispanoamericana, México.
- GALGANO, ALBERTO. (1998). Calidad Total, clave estratégica para la competitividad de la Empresa.
- JURÁN. (1988). Planning for Quality, New York, New York: The Free Press.
- J. M. JURAN Y F. M. TRYNA.(2005) Análisis y planeación de la calidad. Mc Graw Hill.
- KOONTZ, HAROLD. (2008). Administración: una perspectiva global y empresarial. México, D.F.: Mc GrawHill Interamericana.
- MINTZBERG, HENRY. (1994). the rise and fall of strategic planning.
- PORTER, MICHAEL. (1995). Competitive strategy. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. Vigésima Reimpresión, Editorial Continental S.A. México.



## Instrucciones para autores

---

### [Título en Times New Roman y Negritas No.14]

Apellidos en Mayusculas -1er Nombre de Autor †, Apellidos en Mayusculas -2do Nombre de Autor  
*Correo institucional en Times New Roman No.10 y Cursiva*

(Indicar Fecha de Envío: Mes, Día, Año); Aceptado (Indicar Fecha de Aceptación: Uso Exclusivo de ECORFAN)

---

#### **Resumen**

Título

Objetivos, metodología

Contribución

(150-200 palabras)

#### **Abstract**

Title

Objectives, methodology

Contribution

(150-200 words)

#### **Keywords**

**Indicar (3-5) palabras clave en Times New Roman  
y Negritas No.11**

---

**Cita:** Apellidos en Mayúsculas -1er Nombre de Autor †, Apellidos en Mayusculas -2do Nombre de Autor. Título del Paper.  
Título de la Revista. 2016, 1-1: 1-11 – [Todo en Times New Roman No.10]

---

---

† Investigador contribuyendo como primer autor.

# Instrucciones para autores

## Introducción

Texto redactado en Times New Roman No.12, espacio sencillo.

Explicación del tema en general y explicar porque es importante.

¿Cuál es su valor agregado respecto de las demás técnicas?

Enfocar claramente cada una de sus características

Explicar con claridad el problema a solucionar y la hipótesis central.

Explicación de las secciones del artículo

## Desarrollo de Secciones y Apartados del Artículo con numeración subsecuente

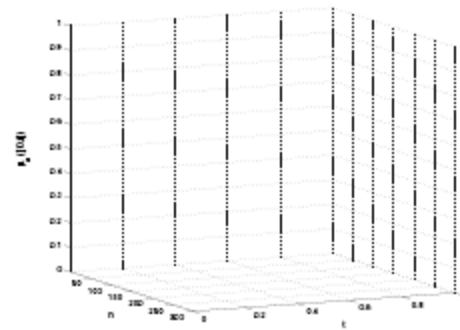
[Título en Times New Roman No.12, espacio sencillo y Negrita]

Desarrollo de Artículos en Times New Roman No.12, espacio sencillo.

## Inclusión de Gráficos, Figuras y Tablas-Editables

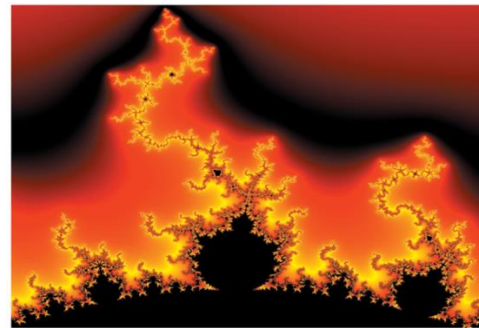
En el *contenido del artículo* todo gráfico, tabla y figura debe ser editable en formatos que permitan modificar tamaño, tipo y número de letra, a efectos de edición, estas deberán estar en alta calidad, no pixeladas y deben ser notables aun reduciendo la imagen a escala.

[Indicando el título en la parte inferior con Times New Roman No.10 y Negrita]



**Grafico 1** Titulo y Fuente (en cursiva).

No deberán ser imágenes- todo debe ser editable.



**Figura 1** Titulo y Fuente (en cursiva).

No deberán ser imágenes- todo debe ser editable.

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

**Tabla 1** Titulo y Fuente (en cursiva).

No deberán ser imágenes- todo debe ser editable.

Cada artículo deberá presentar de manera separada en **3 Carpetas**: a) Figuras, b) Gráficos y c) Tablas en formato .JPG, indicando el número en Negrita y el Título secuencial.

## Instrucciones para autores

---

**Para el uso de Ecuaciones, señalar de la siguiente forma:**

$$Y_{ij} = \alpha + \sum_{h=1}^r \beta_h X_{hij} + u_j + e_{ij} \quad (1)$$

Deberán ser editables y con numeración alineada en el extremo derecho.

### Metodología a desarrollar

Dar el significado de las variables en redacción lineal y es importante la comparación de los criterios usados

### Resultados

Los resultados deberán ser por sección del artículo.

### Anexos

Tablas y fuentes adecuadas.

### Agradecimiento

Indicar si fueron financiados por alguna Institución, Universidad o Empresa.

### Conclusiones

Explicar con claridad los resultados obtenidos y las posibilidades de mejora.

### Referencias

Utilizar sistema APA. **No** deben estar numerados, tampoco con viñetas, sin embargo en caso necesario de numerar será porque se hace referencia o mención en alguna parte del artículo.

### Ficha Técnica

Cada artículo deberá presentar un documento Word (.docx):

Nombre de la Revista

Título del Artículo

Abstract

Keywords

Secciones del Artículo, por ejemplo:

1. *Introducción*
2. *Descripción del método*
3. *Análisis a partir de la regresión por curva de demanda*
4. *Resultados*
5. *Agradecimiento*
6. *Conclusiones*
7. *Referencias*

Nombre de Autor (es)

Correo Electrónico de Correspondencia al Autor

Referencias

## Formato de Originalidad



Madrid, España a \_\_\_\_ de \_\_\_\_ del 20 \_\_\_\_

Entiendo y acepto que los resultados de la dictaminación son inapelables por lo que deberán firmar los autores antes de iniciar el proceso de revisión por pares con la reivindicación de ORIGINALIDAD de la siguiente Obra.

Artículo (Article):

---

Firma (Signature):

---

Nombre (Name)

## Formato de Autorización



Madrid, España a a \_\_\_\_ de \_\_\_\_ del 20 \_\_\_\_

Entiendo y acepto que los resultados de la dictaminación son inapelables. En caso de ser aceptado para su publicación, autorizo a ECORFAN-Spain a difundir mi trabajo en las redes electrónicas, reimpresiones, colecciones de artículos, antologías y cualquier otro medio utilizado por él para alcanzar un mayor auditorio.

I understand and accept that the results of evaluation are inappealable. If my article is accepted for publication, I authorize ECORFAN-Spain to reproduce it in electronic data bases, reprints, anthologies or any other media in order to reach a wider audience.

Artículo (Article):

\_\_\_\_\_  
Firma (Signature)

\_\_\_\_\_  
Nombre (Name)

# Revista de Negocios y PYMES

“Promoción de la cultura emprendedora empresarial, coaching de estudiantes universitarios a estudiantes de educación básica”

**ALARCON, Carla, PUIG Jessica, SALINAS, Oscar y GUTIERREZ, Amparo**

*Universidad Tecnológica Emiliano Zapata del Estado de Morelos*

“Política pública y brecha digital en México”

**MOLINA-MARTÍNEZ, Rubén, BONALES-VALENCIA, Joel y DÍAZ-BUCK, Anid  
Vanessa**

*Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo*

“La satisfacción en el trabajo y su relación con los resultados financieros de las pymes turísticas”

**ARGÜELLES-MA, Luis Alfredo, QUIJANO-GARCIA, Román Alberto, FAJARDO,  
Mario Javier y MEDINA-BLUM, Fernando**

*Universidad Autónoma de Campeche*

“Estudio de las empresa de Empréstito en la región Sureste De México, Para la Generación de un Modelo de Mejora Continua”

**MONTEJO-CASTRO, Elsi del Carmen, ELISEO-DANTÉS, Hortensia, MENES ES-  
HERNÁNDEZ, José Luis y FUENTES-LÓPEZ, Mayra Edilia**

*Departamento de Ingeniería Industrial. Instituto Tecnológico de Villahermosa*

